

PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG

**(SURVEI PADA PENGUNJUNG DESA WISATA PUJON KIDUL
KABUPATEN MALANG)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

FADHILLA DWI LESTARI
NIM. 155030807111002



UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI PARIWISATA
MALANG

2019



MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya”

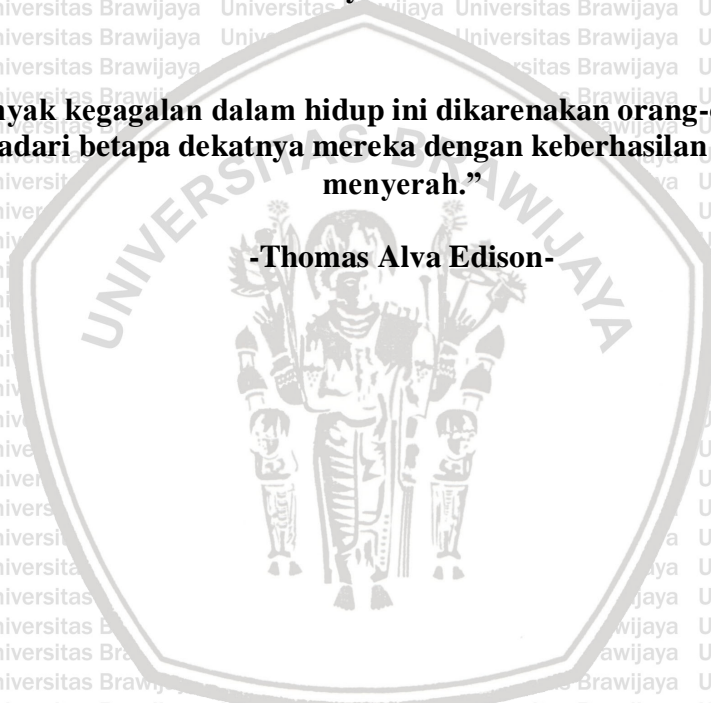
-QS Al Baqarah : 286-

“Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil. Kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik”

-Evelyn Underhill-

“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah.”

-Thomas Alva Edison-



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung
(Survei pada Pengunjung Desa Wisata Pujon Kidul
Kabupaten Malang)

Disusun oleh : Fadhilla Dwi Lestari

NIM : 155030807111002

Fakultas : Ilmu Administrasi

Program Studi : Pariwisata

Konsentrasi/Minat : Destinasi

Malang, 4 Maret 2019
Komisi Pembimbing



Dr. Sunarti, S.Sos., MAB
NIP. 19740717 199802 2 001

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Telah di pertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu
Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Senin
Tanggal : 8 April 2019
Jam : 08.00
Skripsi atas nama : Fadhilla Dwi Lestari
Judul : Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung
(Survei pada Pengunjung Desa Wisata Pujon Kidul
Kabupaten Malang)

Dan dinyatakan **LULUS**

MAJELIS PENGUJI


Ketua Penguji


Dr. Sunarti, S.Sos, MAB
NIP. 197407171998022001

Anggota Penguji I


Aniesa Samira Bafadhal, SAB., MAB
NIP. 20130482 1231 1 001

Anggota Penguji II


M. Cahyo Widyo S. Dr., SE., MBA
NIP. 20130483 0318 001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah ini skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU) No.20 Tahun 2003 Pasal 25 Ayat 2 dan Pasal 70.

Malang, 5 Maret 2019



Nama: Fadhilla Dwi Lestari

NIM : 155030807111002

RINGKASAN

Fadhilla Dwi Lestari, 2019, **Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung (Survey pada Pengunjung Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang)**, Universitas Brawijaya Malang, Fakultas Ilmu Administrasi, Jurusan Administrasi Bisnis, Program Studi Pariwisata, Sunarti, Dr., S.Sos., M.AB,

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung untuk mengetahui variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Motivasi dan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Berkunjung. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang. Populasi dan Sampel yang digunakan adalah pengunjung yang berkunjung di Desa Wisata Pujon Kidul dan minimal 17 tahun. Jumlah sampel yang digunakan sebesar 113 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*.

Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil Uji t pada penelitian ini menunjukkan $\text{sig. } 0,000 < 0,05$ yang berarti Motivasi yang terdiri dari Motivasi Fisik, Motivasi Budaya, Motivasi Sosial dan Motivasi Fantasi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Hasil Uji t juga menunjukkan bahwa Motivasi Fisik pada item ($X_{1.1}$) memiliki pengaruh yang paling kuat dibanding item lain. Sehingga pada hasil penelitian ini item ($X_{1.1}$) pada variabel Motivasi Fisik memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap Keputusan Berkunjung.

Kata Kunci: Motivasi, Keputusan Berkunjung, Desa Wisata

SUMMARY

Fadhilla Dwi Lestari, 2019, The Influence of Motivation towards Visiting Decisions (Survey on Visitors of Pujon Kidul Tourism Village, Malang), Brawijaya University Malang, Faculty of Administrative Sciences, Business Administration Department, Tourism Study Program, Sunarti, Dr., S.Sos., M.AB,

This study aims to determine the influence of Motivation towards Visiting Decisions specifically to find out variables that significantly affect the Visiting Decision in Pujon Kidul Tourism Village, Malang. This study used Motivation as the independent variable and Visiting Decision as the dependent variable. This study was conducted in Pujon Kidul Tourism Village, Malang. The population and sample were visitors who visited the Pujon Kidul Tourism Village by minimum age of 17 years. The number of samples was 113 respondents and taken by using Purposive Sampling technique.

Analysis of the data used in this study is descriptive analysis and simple linear regression analysis. Based on the results of the t -test in this study showed sig. $0,000 < 0,05$ which means that Motivation consisting of Physical Motivation, Cultural Motivation, Social Motivation, and Fantasy Motivation have a significant influence towards Visiting Decisions. The t -test results indicated that Physical Motivation on items ($X_{1.1}$) has the strongest influence compared to the others. The conclusion is that the item ($X_{1.1}$) on the Physical Motivation variable has the strongest influence on Visiting Decisions.

Keywords: Motivation, Visiting Decision, Tourism Village

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah serta rizki, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang).**

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang ditujukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pariwisata (S.Par) pada Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Penulisan skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. **Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono., M.S.** selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
2. **Bapak Dr. Mochammad Al Musadieg, MBA** selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
3. **Ibu Sunarti Dr., S.Sos, M.AB** selaku Ketua Program Studi Pariwisata Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya dan selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan ilmu, waktu dan semangat yang sangat bermanfaat dalam penyelesaian skripsi
4. **Seluruh dosen pengajar Jurusan Administrasi Bisnis dan dosen pengajar Program Studi Pariwisata** yang telah memberikan ilmu selama di bangku perkuliahan
5. **Kedua Orang Tua Drs. Ec. Abdul Makkah dan Ida Farida, serta kakak dan adik-adikku Irma, Agus, Farah, Reva, Khariza, Ragiel** yang selalu

memberikan semangat, dan doa sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini

6. **Senoman Prasetya Pribadi** *support system* yang selalu mendoakan, memberi semangat, mendengarkan keluh-kesah penulis, dan memberikan nasehat agar cepat lulus
7. **Nurul Patin Islam, Dian Citra Pujaan Sari, Rofifah Nur Aini, dan Anty Ariesty** sahabat sejak maba yang selalu memberikan semangat, dan selalu mendoakan yang terbaik satu sama lain
8. **Elly Amalia, Dika Lambang, Dania Sufi** teman-teman seperbimbingan yang selalu menyemangati, mendoakan dan saling memberikan masukan untuk skripsi sehingga sama-sama disetujui untuk ujian
9. **Anggia Fiska dan Wahyu Hari Wibowo** teman magang yang banyak memberikan bantuan dan doa agar selalu semangat mengerjakan skripsi hingga selesai
10. **Brazil** yang terdiri dari Firman, Tia, Kusnul, Teo, Habibi, dan Fadil yang telah membantu dan menyemangati agar tidak malas untuk mengerjakan skripsi, sehingga penulisan skripsi ini telah selesai
11. **Kak uci, Ayu, Tika, dan Ifa** teman-teman satu kos yang selalu membantu dan selalu berbagi dalam keadaan susah selama tinggal bersama
12. **Seluruh Teman Pariwisata Angkatan 2015** yang selama 4 tahun bersama dan selalu kompak yang akan selalu dirindukan
13. **Seluruh Pengurus Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang** yang telah memberikan izin dan bantuan untuk menyelesaikan skripsi ini
14. **Para Responden** dalam penelitian ini yang telah meluangkan waktu

DAFTAR ISI

MOTTO	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINAL SKRIPSI	iv
RINGKASAN	v
SUMMARY	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kontribusi Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 9
A. Tinjauan Empiris	9
1. Sari (2014)	9
2. Malik (2016)	10
3. Ummah (2017)	11
4. Masa'deh, dkk (2017)	12
B. Tinjauan Teoritis	16
1. Pariwisata	16
a. Pengertian Pariwisata	16
b. Jenis-Jenis Pariwisata	17
c. Destinasi Wisata	19
2. Motivasi	20
3. Keputusan Berkunjung	23
a. Keputusan Pembelian	24
b. Faktor Pengambilan Keputusan	25
c. Proses Keputusan Pembelian	25
d. Struktur Keputusan Pembelian	28
C. Hubungan antara Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung	30
D. Model Konsep	32
E. Model Hipotesis	32
 BAB III METODE PENELITIAN	 34
A. Jenis Penelitian	34

B. Lokasi Penelitian	34
C. Variabel dan Skala Pengukuran	35
1. Variabel dan Definisi Operasional	35
2. Skala Pengukuran	39
D. Sumber Data	39
1. Data Primer	40
2. Data Sekunder	40
E. Teknik Pengambilan Data	40
F. Populasi dan Sampel	41
1. Populasi	41
2. Sampel	42
3. Teknik Pengambilan Sampel	45
G. Instrumen Penelitian	45
1. Uji Validitas	46
a. Hasil Uji Validitas	46
2. Uji Reabilitas	47
a. Hasil Uji Reabilitas	48
H. Teknik Analisis Data	49
1. Analisis Statistik Deskriptif	49
2. Uji Asumsi Klasik	50
a. Uji Normalitas	50
b. Uji Multikolinearitas	52
3. Analisis Regresi Sederhana	53
a. Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
A. Gambaran Umum Lokasi	55
1. Profil Desa Wisata Pujon Kidul	55
2. Unit Bisnis Desa Wisata Pujon Kidul	56
a. Cafe Sawah	56
b. Wisata Tracking	57
c. Kesenian dan Budaya	58
d. Wisata Edukasi	58
e. Homestay	58
B. Gambaran Umum Responden	59
1) Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
2) Gambaran Responden Berdasarkan Usia	59
3) Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60
4) Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
5) Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan	62
6) Gambaran Responden Berdasarkan Kunjungan Bersama	63
C. Hasil Analisis Deskriptif	64
1. Distribusi Frekuensi Responden Variabel (X)	64
2. Distribusi Frekuensi Responden Variabel (Y)	69
D. Analisis Data	72
1. Analisis Regresi Sederhana	72

E. Pembahasan.....	73
1. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung.....	73
BAB V PENUTUP	77
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Desa Wisata Pujon Kidul	6
Tabel 2.1 <i>Mapping</i> Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Ringkasan Variabel, Indikator dan Item.....	38
Tabel 3.2 Skala Likert.....	39
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 3.5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	61
Tabel 4.4 Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
Tabel 4.5 Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan.....	62
Tabel 4.6 Gambaran Responden Berdasarkan Kunjungan Bersama.....	63
Tabel 4.7 Nilai Rata-Rata.....	64
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi.....	65
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Berkunjung.....	69
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Variabel Motivasi.....	73



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	26
Gambar 2.2 Karakteristik Tingkah Laku Konsumen	31
Gambar 2.3 Model Konsep	32
Gambar 2.4 Model Hipotesis	33
Gambar 3.1 Grafik Normalitas Data	51





DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Curriculum Vitae	83
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	84
Lampiran 3 Jawaban Responden	88
Lampiran 4 Gambaran Responden	93
Lampiran 5 Uji Validitas dan Reabilitas	96
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	100
Lampiran 7 Tabel Frekuensi	101
Lampiran 8 Tabel Analisis Regresi Sederhana	106



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia memiliki wilayah yang sangat luas dengan didukung sumber daya alam dan budaya yang beragam sangat potensial untuk diolah dan dimanfaatkan.

Dari sumber daya alam yang ada, pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi yang sangat layak untuk dikelola dan dikembangkan. Mengingat banyaknya potensi alam yang dimiliki Indonesia, tentu saja pengembangan sektor pariwisata menjadi program andalan pemerintah Indonesia.

Pariwisata Indonesia sudah dikenal memiliki berbagai macam potensi wisata untuk dikembangkan. Menurut Fandeli (1995) berbagai macam wisata tersebut yaitu wisata alam, budaya, buatan dan minat khusus. Masing-masing wisata tersebut memiliki karakteristik yang berbeda, yaitu sebagai berikut : 1) wisata alam merupakan keindahan yang ditawarkan berupa pemandangan yang indah yang telah disuguhkan secara alami ataupun telah melewati tahapan konservasi yang dilakukan manusia dan sebagai atraksi wisata utama; 2) Wisata budaya merupakan wisata yang tercipta dari adat-istiadat ataupun kebiasaan yang ada di masyarakat setempat sehingga menjadi sebuah atraksi wisata yang ditampilkan sebagai produk budaya dan mempunyai keunikan tersendiri; 3) Wisata buatan merupakan wisata yang sengaja dibuat oleh manusia untuk dijadikan atraksi utama wisata sehingga wisatawan memperoleh pengalaman yang berbeda dari kehidupan sehari-harinya; 4) Wisata minat khusus merupakan turunan ketiga yang telah disebutkan diatas dan

mempunyai segmentasi pasar yang lebih spesifik.

Saat ini, pariwisata di Indonesia berkembang dengan pesat, hal ini ditunjukkan dengan usaha pemerintah maupun stake holder lainnya dalam mengembangkan pariwisata, khususnya pariwisata minat khusus yang sekarang ini sedang tren. Berdasarkan Undang-Undang Nomor. 9 Tahun 1990, pengertian wisata minat khusus adalah “wisata yang memanfaatkan sumber daya alam dan potensi seni budaya bangsa untuk menimbulkan daya tarik dan minat khusus sebagai sasaran wisata”. Pada perkembangan wisatawan Indonesia saat ini, pariwisata minat khusus menjadi sebuah pilihan untuk melakukan wisata seperti, berkemah, *hiking*, *surfing*, *diving*, panjat tebing dan banyak jenis lainnya. Menurut Read dalam (Hall and Weiler 1992), wisata minat khusus memiliki pengertian: “...is travel for people who are going somewhere because they have a particular interest that can be pursued in particular region or at a particular destination”. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pariwisata minat khusus didorong oleh keinginan dari wisatawan untuk memperoleh kepuasan dan pengalaman yang baru dengan tujuan lebih spesifik. Tingkat kepuasan akan menjadi hal yang lebih penting dan dituntut oleh wisatawan (Hall and Wailer, 1992).

Industri pariwisata terus berkembang mengakibatkan banyak hal yang perlu dipelajari, dengan adanya perkembangan tersebut akan mengakibatkan peningkatan pertumbuhan industri pariwisata. Perkembangan industri pariwisata merupakan suatu fenomena yang menarik, meskipun pariwisata juga merupakan sektor yang sangat sensitif terhadap perubahan yang terjadi baik secara internal maupun eksternal yang berpengaruh terhadap jumlah dan minat wisatawan untuk mengunjungi suatu wilayah. Dalam upaya pengembangan kepariwisataan, industri

pariwisata sesungguhnya tidak berdiri sendiri, melainkan rangkaian dari berbagai perusahaan penghasil barang dan jasa yang berbeda. Pengembangan kepariwistaan juga mencakup berbagai faktor penentu seperti daya tarik produk wisata, adanya promosi yang berkelanjutan, serta pemahaman motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata (Hasan, dkk. 2013)

Dalam meningkatkan pertumbuhan industri pariwisata perlu mempelajari motivasi wisatawan. Dengan mempelajari motivasi wisatawan akan menjadi keuntungan sendiri bagi industri pariwisata, sebab dengan mengetahui motivasi dari wisatawan, pelaku pariwisata di suatu destinasi atau di suatu daerah tersebut dapat mengetahui permintaan dan menyesuaikan kebutuhan dari wisatawan. (Pitana dan Gayatri 2005:58), menyatakan bahwa motivasi merupakan faktor penting bagi calon wisatawan didalam mengambil keputusan mengenai daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Wisatawan akan mempersepsikan daerah tujuan wisata yang memungkinkan, di mana persepsi ini dihasilkan oleh persepsi individual, pengalaman dan informasi. Hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata adalah motivasi, karena motivasi merupakan hal yang dapat mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan mengunjungi objek wisata.

Kotler dan Armstrong (2004:226) menyatakan, keputusan pembelian adalah tahap dimana konsumen benar-benar membeli. Keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri

dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi evaluasi terhadap

alternatif pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laku setelah pembelian (Swastha dan Handoko, 2000:15).

Salah satu jenis dari pariwisata minat khusus dan pembangunan berkelanjutan adalah desa wisata. Menurut Nuryanti dan Wiendu (1993) desa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku. Menurut Edward Inskeep, dalam *Tourism Planning An Integrated And Sustainable Development Approach*, (1991) memberikan definisi “*Village Tourism, where small groups of tourist stay in or near traditional, often remote villages and learn about village life and local environment*”. Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa desa wisata adalah pariwisata minat khusus yang dimana wisatawan tinggal dan berinteraksi dengan masyarakat lokal yang di tunjang oleh akomodasi dan fasilitas yang memadai dengan tujuan untuk belajar tentang kehidupan masyarakat pedesaan dan lingkungannya sehingga dapat menarik kunjungan wisatawan ke desa tersebut.

Perkembangan desa wisata di Jawa Timur tumbuh dan berkembang sangat pesat untuk menarik wisatawan. Adanya tren desa wisata inilah yang menjadikan Jawa Timur sebagai destinasi favorit bagi wisatawan untuk menikmati suasana desa yang unik dan memiliki ciri khas sendiri di setiap wilayahnya. Masyarakat yang terbuka terhadap pariwisata dan mendukung kegiatan-kegiatan pariwisata, hal ini merupakan modal utama yang dimiliki oleh masyarakat di Jawa Timur khususnya di Kabupaten Malang, di Desa Wisata Pujon Kidul.

Desa wisata pujon kidul termasuk 10 desa wisata terbaik yang ditetapkan oleh

Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (Kemendes

PDDT) pada tahun 2017 yang berhasil mensejahterakan masyarakat sekitar destinasi wisata. 10 kategori desa wisata tersebut memiliki kategori, diantaranya adalah: Kategori perkembangan tercepat, kategori desa adat terbaik, kategori jejaring bisnis, kategori agro, kategori IPTEK, kategori budaya, kategori alam, kategori pemberdayaan masyarakat, kategori kreatif, dan kategori maritim (asidewi.id). Desa wisata pujon kidul meraih kategori agro, karena pengembangan wisata di Desa wisata pujon kidul difokuskan pada kegiatan petualangan di alam terbuka dengan mengandalkan obyek wisata Coban Pitu, wisata pertanian dan peternakan, serta cafe sawah yang paling banyak diminati oleh pengunjung, karena pengunjung dapat merasakan suasana pedesaan dengan pemandangan pegunungan dan sawah yang indah. Desa pujon kidul merupakan sentra penghasil sayur-sayuran, buah-buahan, dan susu segar.

Desa pujon kidul memiliki potensi wisata yang sangat menarik dan dapat membuat pengunjung merasakan suasana yang alami dari Desa Wisata Pujon Kidul sehingga setiap tahunnya memiliki peningkatan jumlah kunjungan ke Desa Pujon Kidul. Pengelola Desa Wisata Pujon Kidul mengatakan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan terhadap Desa Wisata Pujon Kidul meningkat hampir 100% merata pada setiap tahunnya. Hal ini mampu memudahkan peneliti dalam mencari informasi ke Desa Pujon Kidul.

Pada saat melakukan pra riset peneliti melihat adanya jumlah kunjungan dari Desa Wisata Pujon Kidul mengalami peningkatan kunjungan yang sangat pesat. Hal ini dapat dibuktikan dengan data yang diperoleh dari pengelola Desa Wisata

Pujon Kidul. Berikut adalah data kunjungan wisatawan dari Tahun 2017-2018:

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Desa Wisata Pujon Kidul

Tahun	Jumlah
2016	26.133
2017	214.215
2018	497.654

Sumber: Pengelola Desa Wisata Pujon Kidul, 2019

Dengan meningkatnya jumlah pengunjung setiap tahun nya maka keinginan dan kebutuhan pengunjung memiliki perbedaan masing-masing sehingga dari sini peneliti tertarik melihat motivasi pengunjung yang berkunjung ke Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang. Berdasarkan pemaparan di atas dan disertai beberapa pendapat ahli dan sumber yang menunjukkan adanya korelasi antara motivasi dan keputusan berkunjung, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei pada pengunjung Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis merumuskan batasan permasalahan tersebut adalah apakah Motivasi berpengaruh Signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Desa Wisata Pujon Kidul?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada latar belakang di atas maka tujuan penelitian ini mempunyai tujuan yaitu mengetahui dan menganalisis pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Pujon Kidul.

D. Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Kontribusi Teoritis

Menjadi kajian lebih lanjut dan menambah wawasan serta pengetahuan mahasiswa mengenai Desa wisata khususnya Desa Wisata Pujon Kidul serta Menambah wawasan mengenai motivasi terhadap kunjungan dari pengunjung. Selain itu juga dapat menjadi bahan informasi dalam penelitian yang serupa.

2. Kontribusi Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan oleh pihak pemangku kepentingan sebagai masukan serta pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan motivasi wisatawan tentunya untuk meningkatkan jumlah kunjungan.

E. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Berisi mengenai pemaparan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian serta kontribusi penelitian serta sistematika di dalam penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi mengenai beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan peneliti Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung. Teori-Teori yang berkaitan dengan penelitian, hubungan antar variabel dan rumusan hipotesis pada penelitian yang

akan dilakukan sebagai landasan ilmiah yang berkaitan dengan judul dan permasalahan yang diteliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisikan mengenai metode-metode dalam penelitian seperti jenis penelitian, lokasi penelitian, definisi operasional, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan teknis analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisikan mengenai hasil dari proses penelitian dan pengelolaan dan penelitian serta mengemukakan pembahasan mengenai hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Berisikan kesimpulan berupa hasil dalam penelitian dan saran ditujukan oleh peneliti bagi pihak-pihak yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Empiris

Berikut tinjauan empiris yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini berdasarkan penelitian terdahulu yang terkait dengan judul yang diteliti, diantaranya adalah:

1. Sari (2014)

Penelitian yang dilakukan Sari (2014) berjudul “Tinjauan Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Air Terjun Aek Maratua Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja motivasi wisatawan berkunjung ke Objek Wisata Air Terjun Aek Maratua. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, yaitu dengan cara mengelompokkan data yang disusun sedemikian rupa, kemudian menghubungkan dengan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi oleh organisasi sehingga dapat diambil dalam satu kesimpulan.

Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh wisatawan yang berkunjung ke air terjun Aek Maratua dengan sampel yang telah ditentukan sebanyak 100 orang responden dengan menggunakan teknik *accidental sampling* yang mana teknik tersebut adalah teknik penentuan sampel yang berdasarkan kebetulan. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda.

Indikator Motivasi yang digunakan dalam penelitian ini pada sub-variabel motif adalah Motivasi Fisik, Motivasi Budaya, Motivasi Sosial. Sub-variabel pada motivator adalah Daya Tarik Wisata, Kemampuan Dana, Waktu Luang atau

Senggang, dan pengaruh orang lain.

Hasil dari penelitian ini adalah motif yang digunakan wisatawan berkunjung ke Aek Maratua adalah motivasi sosial dan motivasi fantasi. Diketahui bahwa sebagian besar wisatawan berkunjung ke air terjun Aek Maratua adalah karena motivasi sosial, yaitu untuk mengunjungi teman atau keluarga, keramah tamahan masyarakat, kebanggaan atau gengsi, dan untuk menambah teman baru. disamping itu diketahui juga sebagian besar wisatawan berkunjung ke air terjun Aek Maratua karena motivasi fantasi yaitu mendapatkan kepuasan psikologis, mendapatkan prestise, dan untuk menambah pengalaman baru.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah keputusan berkunjung sebagai variabel terikat, dan motivasi sebagai variabel bebas sedangkan perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sampel yang diperoleh, teknik pengambilan sampel dan lokasi penelitian.

2. Malik (2016)

Penelitian yang dilakukan Malik (2016) berjudul “Pengaruh *City Branding* “The Soul Of Madura” dan motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung ke Kabupaten Sumenep”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama *City Branding* “The Soul Of Madura” dan motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh wisatawan yang mengunjungi tempat-tempat wisata di Kabupaten Sumenep. Sampel yang telah ditentukan sebanyak 100 orang responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Indikator pada

variabel Motivasi adalah Motivasi Fisik, Motivasi Budaya, Motivasi Sosial, dan

Motivasi Fantasi. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari *City Branding* (X_1) dan Motivasi Wisatawan (X_2) sebagai variabel bebas dan keputusan (Y) sebagai variabel terikat. Hasil penelitian ini adalah:

- a. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *City Branding* (X_1) dan Motivasi Wisatawan (X_2) terhadap Keputusan Berkunjung secara simultan,
- b. *City Branding* memberikan kontribusi yang positif dan efektif guna meningkatkan pengetahuan wisatawan mengenai Kabupaten Sumenep,
- c. Motivasi wisatawan memiliki peran penting dalam mendorong seorang wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat.

Persamaan penelitian ini dengan peneliti yang akan dilakukan adalah variabel Motivasi sebagai variabel bebas dan Keputusan Berkunjung sebagai variabel terikat, dan Metode yang digunakan sama dengan penelitian yang akan dilakukan sedangkan perbedaan terletak pada lokasi penelitian, sampel dan teknik analisis.

3. Ummah (2017)

Penelitian yang dilakukan Ummah (2017) berjudul “Pengaruh Motivasi Berkunjung terhadap Keputusan Berkunjung ke *Batu Night Spectacular*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi yang dimiliki pengunjung sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan ke *Batu Night Spectacular*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini semua pengunjung *Batu Night Spectacular* dengan sampel yang telah ditentukan sebanyak 113 orang responden. Indikator pada variabel Motivasi yang

digunakan didalam penelitian ini adalah Motivasi Fisik, Motivasi Sosial, dan

Motivasi Fantasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif, koefisien determinasi, dan uji asumsi klasik dan menggunakan alat analisis regresi sederhana. Hasil dari penelitian ini adalah dalam variabel Motivasi (X_1) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel. Keputusan Berkunjung (Y_1). Motivasi memiliki pengaruh besar dalam mempengaruhi pengunjung untuk berkunjung ke *Batu Night Spectacular*.

Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah variabel Motivasi sebagai variabel bebas dan Keputusan Berkunjung sebagai variabel terikat sedangkan perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah lokasi penelitian dan indikator pada variabel Motivasi yang digunakan pada penelitian ini.

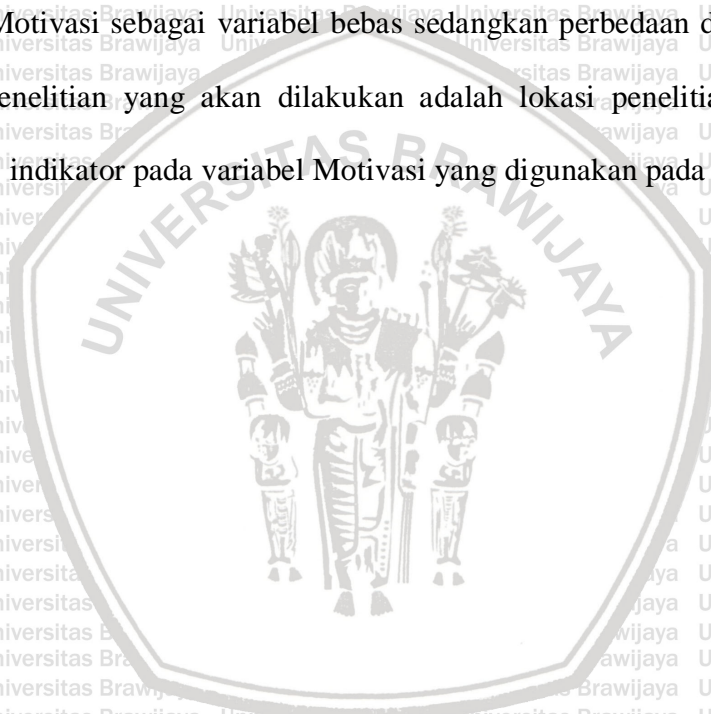
4. Masa'deh, dkk (2017)

Penelitian yang dilakukan Masa'deh, dkk (2017) berjudul "*The Impact of Motivation for Attendance on Destination Loyalty via the Mediating Effect of Tourist Satisfaction*". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara motivasi untuk datang ke kota Aqaba, mengetahui kepuasan wisatawan dengan berkunjung ke kota Aqaba, dan mengetahui loyalitas wisatawan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah wisatawan yang mengunjungi Kota Aqaba. Sampel yang ditentukan adalah 200 orang responden, yang di rekomendasikan oleh Kline (2010), Krejcie dan Morgan (1970) dan Pallant (2005), dengan teknik pengambilan sampel *convenience sampling*. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan menggunakan analisis

SEM untuk pengujian hipotesis yang ada pada penelitian ini. Variabel yang ada

pada penelitian ini adalah Motivasi, Loyalitas dan Kepuasan Pengunjung. Indikator pada variabel Motivasi adalah *Cultural Experience, Leisure and Psychology, Self-Expression, Destination Preference*. Hasil dari penelitian ini adalah motivasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas wisatawan.

Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah variabel Motivasi sebagai variabel bebas sedangkan perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah lokasi penelitian, sampel yang diperoleh, indikator pada variabel Motivasi yang digunakan pada penelitian ini.



Tabel 2.1 Mapping Penelitian Terdahulu

Nama	Judul penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Sari (2014)	Pengaruh Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Air terjun Aek Maratua Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau	Motivasi wisatawan (X), Keputusan Berkunjung (Y)	Data: kuesioner Alat analisis : analisis regresi linier berganda	Hasil dari penelitian ini adalah motif yang digunakan wisatawan berkunjung ke Aek Maratua adalah motivasi sosial dan motivasi fantasi. Diketahui bahwa sebagian besar wisatawan berkunjung ke Aek Maratua adalah karena motivasi sosial, yaitu untuk mengunjungi teman atau keluarga, keramahtamahan masyarakat, kebanggaan atau gengsi, dan untuk menambah teman baru. disamping itu diketahui juga sebagian besar wisatawan berkunjung ke air terjun Aek Maratua karena motivasi fantasi yaitu mendapatkan kepuasan psikologis, mendapatkan prestise, dan untuk menambah pengalaman baru.
Malik (2016)	Pengaruh City Branding “The Soul Of Madura” dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung ke Kabupaten Sumenep	City Branding (X ₁) motivasi wisatawan (X ₂) keputusan berkunjung (Y)	Data : Kuesioner Alat Analisis: regresi linier berganda	Terdapat pengaruh signifikan antara variabel <i>City Branding</i> (X ₁) dan Motivasi wisatawan (X ₂) terhadap Keputusan Berkunjung. City branding memberikan kontribusi yang positif dan efektif guna meningkatkan pengetahuan wisatawan.

Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

Nama	Judul Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Ummah (2016)	Pengaruh motivasi terhadap keputusan berkunjung (survey pada pengunjung <i>Batu Night Spectacular</i>)	Motivasi wisatawan (X_1) keputusan berkunjung (Y_1)	Data : Kuesioner Alat analisis : Regresi Linier sederhana	Motivasi memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung ke <i>Batu Night Spectacular</i>
Masa' deh, dkk (2017)	<i>The Impact of Motivation for Attandance on Destination Loyalty via the Mediating Effect of Tourist Satisfaction</i>	Motivasi (X_1) Kepuasan (Y_1) Loyalitas Wisatawan (Y_2)	Data : Kuesioner Alat Analisis : SEM	Motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan. Motivasi berpengaruh tetapi tidak signifikan pada loyalitas wisatawan.

Sumber: Penulis, 2019

B. Tinjauan Teoritis

1. Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting di berbagai negara di berbagai negara, oleh sebab itu pariwisata mendapatkan perhatian cukup besar di negaranya.

Definisi pariwisata sendiri diartikan berbeda-beda oleh para pakar. Menurut Spillane (2004), pariwisata merupakan kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, dan berziarah. Sedangkan pengertian pariwisata dari sudut pandang beberapa pakar dalam buku Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata (Suwena dan Widyatmaja, 2010) sebagai berikut:

a. Suwanto (1997), pariwisata adalah suatu proses bepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan uang;

b. Prof. Salah Wahab, pariwisata itu merupakan suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian di antara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri (di luar negeri), meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain (daerah tertentu), suatu negara atau benua untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya dimana ia memperoleh pekerjaan;

c. Koen Meyers (2009), pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan

bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk bersenang-

senang, memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau waktu libur serta tujuan-tujuan lainnya;

d. Menurut UU No.10/2009 tentang Kepariwisata yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan suatu perjalanan bepergian dari tempat asal menuju tempat lain, dengan tujuan untuk bersenang-senang atau rekreasi, dan bukan untuk menetap atau hanya untuk sementara waktu. Perjalanan yang dilakukan oleh seseorang tidak terlalu dapat dikatakan sebagai perjalanan wisata. Perjalanan ke suatu wilayah/ daerah lain yang sifatnya sementara namun dilakukan untuk bekerja atau mencari nafkah maka perjalanan tersebut tidak dapat disebut perjalanan wisata.

b. Jenis-Jenis Pariwisata

Menurut Pendit (2006:37) dalam bukunya menjelaskan ada beberapa jenis wisata yaitu :

1. Wisata Budaya merupakan kegiatan wisata yang dilakukan wisatawan ke tempat lain untuk mempelajari keadaan rakyat, adat istiadat, dan seni.
2. Wisata Kesehatan merupakan wisata yang dilakukan oleh wisatawan demi kepentingan istirahat, menyegarkan kembali pikiran, serta jasmani dan rohani, dengan mengunjungi tempat-tempat peristirahatan.
3. Wisata Olahraga merupakan wisata yang dilakukan oleh wisatawan dengan tujuan berolahraga bermaksud mengambil bagian dalam pesta raga di suatu

tempat atau negara.

4. Wisata Komersial merupakan perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial.
5. Wisata Industri merupakan wisata yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian yang terdapat pabrik-pabrik atau bengkel-bengkel besar dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian.
6. Wisata Politik merupakan wisata yang dilakukan oleh wisatawan untuk mengunjungi atau mengambil bagian secara aktif dalam kegiatan politik.
7. Wisata Konvensi merupakan jenis wisata yang menyediakan akomodasi dan sarana pengangkutan dengan harga reduksi yang menarik serta menyajikan program-program yang menggiurkan.
8. Wisata Sosial merupakan jenis wisata murah serta mudah untuk memberi kesempatan kepada golongan masyarakat ekonomi lemah untuk mengadakan perjalanan.
9. Wisata Pertanian merupakan sebuah perjalanan untuk mengunjungi proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan, dengan tujuan untuk mengadakan peninjauan untuk tujuan studi.
10. Wisata Maritim/ Bahari sering dikaitkan dengan wisata olahraga air, danau, bengawan, pantai, teluk atau laut lepas.
11. Wisata Cagar Alam merupakan jenis wisata yang dilakukan di daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.
12. Wisata Buru jenis wisata yang dilakukan oleh yang gemar berburu di negeri atau di hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah.

13. Wisata Pilgrim/ Realigi merupakan jenis wisata yang dilakukan oleh perorangan atau berkelompok ke tempat-tempat suci, makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, bukit atau gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh dalam legenda.

14. Wisata Bulan Madu merupakan jenis wisata yang diselenggarakan bagi pasangan wisatawan atau pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan dan kunjungan mereka.

15. Wisata petualangan merupakan jenis wisata yang dilakukan oleh wisatawan dengan melakukan kegiatan yang penuh tantangan dan memacu *adrenaline*.

Berdasarkan jenis-jenis wisata tersebut dapat bertambah dan disesuaikan dengan situasi dan kondisi perkembangan dunia kepariwisataan melalui inovasi-inovasi para pelaku industri pariwisata (Pendit, 2006:36).

c. Destinasi Pariwisata

Destinasi wisata dapat digambarkan sebagai suatu tempat yang dikunjungi dengan waktu yang tertentu oleh seseorang atau kelompok, dan tidak untuk menetap. Hadinoto (1996:15) menyatakan bahwa destinasi merupakan suatu kawasan spesifik yang dipilih oleh seorang pengunjung dan pengunjung tersebut dapat tinggal selama waktu tertentu. Destinasi juga dapat menggambarkan suatu kawasan terencana, yang sebagian atau seluruhnya dilengkapi dengan amenitas dan pelayanan produk wisata, fasilitas rekreasi, restoran, hotel, atraksi, liburan dan toko yang dibutuhkan pengunjung. Kawasan yang dimaksud berupa suatu provinsi,

kabupaten, kecamatan ataupun desa.

Sedangkan menurut Yoeti (2006:55-56) destinasi wisata atau daya tarik wisata dapat dikelompokkan menjadi empat bagian yaitu:

- 1) Daya Tarik Wisata Alam, seperti pemandangan alam, laut, pantai dan pemandangan alam lainnya.
- 2) Daya Tarik Wisata dalam bentuk bangunan seperti bangunan bersejarah, arsitektur modern, taman, toko.
- 3) Daya Tarik Wisata Budaya seperti sejarah, cerita rakyat, agama, seni, dan museum.
- 4) Daya Tarik Wisata Sosial seperti Budaya masyarakat lokal, bahasa, kegiatan sosial masyarakat, fasilitas dan pelayanan masyarakat.

2. Motivasi

Motivasi adalah suatu dorongan yang timbul dari dalam diri seseorang yang menyebabkan orang tersebut bertindak melakukan sesuatu tanpa disadari untuk mempengaruhi tingkah laku seseorang agar ia tergerak hatinya untuk bertindak melakukan sesuatu sehingga mencapai hasil atau tujuan tertentu (Sudirman, 2011:73).

Schiffman dan Kanuk (2008:72) "*motivation can be describe as the driving force within individuals that impels them to action*". Artinya motivasi adalah kekuatan atau tenaga pendorong dalam diri seseorang yang memaksanya untuk melakukan suatu tindakan. Sedangkan menurut (Ngalim, 2007 : 10), motivasi adalah segala sesuatu yang mendorong seseorang untuk bertindak melakukan sesuatu yang disebut dengan "motif", yakni motif perjalanan. Motivasi merupakan faktor penting

bagi calon pengunjung dalam mengambil keputusan mengenai daerah tujuan wisata

yang akan dikunjungi. Dengan adanya beberapa teori tersebut dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah suatu dorongan seseorang untuk melakukan sesuatu.

Menurut Pitana dan Gayatri (2005:58), mengatakan bahwa motivasi-motivasi dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar sebagai berikut:

a. *Physical motivation*

Antara lain yaitu kesehatan, berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, dan bersantai. Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa motivasi fisik adalah motivasi yang dimana wisatawan akan melakukan kegiatan yang bersifat menguntukan secara fisik.

b. *Cultural motivation*

Yaitu untuk mengetahui budaya, adat, tradisi, dan kesenian daerah lain.

Termasuk juga ketertarikan akan berbagai objek peninggalan budaya (monumen budaya). Dapat disimpulkan bahwa motivasi budaya adalah motivasi dimana wisatawan akan mengetahui tentang adanya kebudayaan di suatu daerah tertentu.

c. *Sosial Motivation atau interpersonal motivation*

Seperti mengunjungi teman dan keluarga (*Visiting friends and relatives*), menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang dianggap mendatangkan gengsi.

Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa motivasi sosial adalah motivasi dimana wisatawan akan melakukan suatu kegiatan wisata karena ingin melakukan interaksi sosial baik secara individu maupun berkelompok.

d. *Fantasy motivation*

Yaitu adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan, dan *ego-enchancement* yang memberikan kepuasan psikologis. Disebut juga sebagai *status and prestige motivation*. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa motivasi fantasi adalah motivasi dimana wisatawan akan merasakan kenyamanan dan kesenangan secara psikologis, karena bebas dari kegiatan sehari-hari yang telah dilakukan atau diluar rutinitas keseharian.

Plog (1974) dalam Suwena dan Widyatmaja (2010:62) menyebutkan ada tiga hal dalam motivasi wisatawan, yaitu:

1. *Psychocentric*

Diambil dari kata *psyche* yang artinya *self-centered*, di mana persepsi individu terpusat pada dirinya sendiri. individu ini sangat jarang berkeinginan mengambil resiko. Individu ini cenderung konservatif dalam melakukan perjalanan wisata hanya memilih daerah wisata yang aman dan pada umumnya daerah wisata tersebut mereka kunjungi berkali-kali.

2. *Allocentric*

Individu ini biasanya menemukan daerah wisata yang baru, dan mereka sangat jarang kembali ke tempat yang sama sampai dua kali.

3. *Midcentric*

Gabungan antara *psychocentric* dengan *allocentric*.

Apapun motivasi seseorang melakukan perjalanan ada manfaat dan akibat yang ditimbulkan, seperti yang disebutkan menurut Krippendorff (1997) dalam (Pitana dan Gayatri, 2005:62):

- a. *Travel is recuperation and regeneration*, perjalanan wisata merupakan wahana penyerangan dan regresi fisik dan mental.
- b. *Travel is compansation and social integration*, perjalanan wisata merupakan kompensasi terhadap berbagai hal yang melelahkan, sekaligus juga berfungsi sebagai wahana integrasi sosial bagi mereka yang di rumahnya, merasa terealisasi.
- c. *Travel is escape*, perjalanan wisata merupakan sebuah pelarian dari situasi keseharian yang penuh ketegangan, rutinitas yang menjemukan, atau kejenuhan-kejenuhan karena beban kerja.
- d. *Travel is communication*, perjalanan wisata merupakan mekanisme bagi seseorang untuk dapat mengeluarkan perasaannya melalui komunikasi dengan orang lain, termasuk masyarakat lokal.
- e. *Travel broadens the mind*, perjalanan wisata merupakan wahana untuk mengembangkan wawasan.
- f. *Travel is freedom and self determination*, perjalanan wisata merupakan wahana untuk mendapatkan kebebasan dengan berbagai *secular ritual*, ataupun dengan berbagai 'inversi' yang dapat dilakukan.
- g. *Travel is self realization*, perjalanan wisata merupakan wahana untuk realisasi diri.
- h. *Travel is happiness*, perjalanan merupakan suatu hal yang menyenangkan, dan dapat membuat hidup lebih bahagia.

3. Keputusan Berkunjung

Teori keputusan berkunjung dianalogikan sama dengan keputusan pembelian,

hal ini dikarenakan dalam konteks pariwisata, memutuskan untuk membeli produk

wisata sama halnya melakukan keputusan berkunjung. Menurut (Mathieson dan Wall, 1982; Shaw dan William, 1992) keputusan melakukan perjalanan wisata adalah keputusan “pembelian” yang mengeluarkan uang untuk mendapatkan kepuasan. Ketika seseorang ingin melakukan wisata ke suatu destinasi, pastinya akan dihadapi dengan proses membuat keputusan di dalamnya.

a. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Amstrong (2008 : 181), Keputusan pembelian adalah keputusan pembeli tentang produk atau merek apa yang akan dibeli yang tersedia dari banyak alternatif yang ada. Keputusan pembelian memiliki lima proses tahapan yaitu Pengenalan kebutuhan, Pencarian informasi, Evaluasi alternatif, Keputusan pembelian dan Perilaku pasca pembelian. Peter dan Olson (2002 : 163) mengemukakan bahwa keputusan pembelian merupakan proses integrasi yang dilakukan untuk mengkombinasikan pengetahuan atau informasi untuk mengevaluasi dua atau lebih pilihan, sehingga keputusan pembelian dapat diartikan sebagai penetapan pilihan oleh pembeli dalam memenuhi kebutuhannya.

Menurut Swastha (2005 :108) keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk dan setiap keputusannya memiliki tujuh struktur yang akan dijelaskan pada poin berikutnya. Meskipun banyak keputusan pembelian yang melibatkan hanya satu pengambilan keputusan, ada keputusan lain yang melibatkan beberapa orang yang memerankan suatu peran, mencetuskan ide, memberi pengaruh, pengambilan keputusan, pembeli dan juga pemakai. Maka itu, tugas pemasar disini adalah mengidentifikasi pembeli lain, kriteria pembelian dan juga pengaruh pembeli terhadap pembeli lain. Berdasarkan penjelasan berikut,

disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen

melakukan penilaian terhadap banyak alternatif pilihan, lalu memilih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan tertentu dalam membeli suatu produk.

Berdasarkan penjelasan mengenai keputusan pembelian, dapat diketahui bahwa keputusan pembelian adalah suatu proses integrasi yang dilakukan seseorang pembeli dalam memutuskan pembelian suatu produk yang dilalui dengan beberapa alternatif yang ada dengan lima proses tahapan yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif keputusan pembeli dan perilaku pembeli yang didasari oleh beberapa komponen keputusan yaitu tentang : Jenis produk, merk, penjual, jumlah waktu pembelian dan cara pembayarannya.

b. Faktor Pengambilan Keputusan

Menurut Kotler (2003:200) dalam pengambilan keputusan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti:

1. Faktor budaya, yang meliputi peran kebudayaan, sub budaya dan kelas sosial masyarakat.
2. Faktor sosial yang meliputi kelompok acuan, keluarga, tingkatan status dan peran.
3. Faktor pribadi, faktor pribadi dalam hal ini meliputi usia, pekerjaan, gaya hidup dan lain-lain.
4. Faktor psikologis, meliputi motivasi, pengetahuan, keyakinan dan pendirian.

c. Proses Keputusan Pembelian

Sebelum merancang rencana pemasaran, suatu perusahaan perlu untuk mengidentifikasi keinginan pembeli dan proses keputusannya. Sebelum pembeli

memutuskan untuk membeli produk yang diinginkan, pada dasarnya konsumen

akan melalui beberapa tahap. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:235), proses keputusan konsumen terdiri dari lima tahapan. Berikut uraian keputusan pembelian menurut (Kotler dan Armstrong, 2008:235) :



Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian

Sumber : Kotler dan Armstrong, 2008

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:235), pada Gambar 2.1 di atas memperlihatkan bahwa terdapat lima tahapan proses keputusan pembelian. Proses keputusan berkunjung memiliki penjelasan antara lain:

a. **Pengenalan Kebutuhan (*Need Recognition*)**

Proses membeli dimulai ketika pembeli mengenali adanya masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan yang sebenarnya dan keadaan yang diinginkannya. Kebutuhan dapat dipicu oleh rangsangan internal. Seseorang bisa belajar dari pengalaman sebelumnya bagaimana mengatasi kebutuhan itu, dan termotivasi pada benda yang ia tahu akan memuaskan kebutuhannya.

b. **Pencarian Informasi**

Konsumen yang sudah mulai terpengaruh mungkin akan atau tidak akan mencari informasi yang lebih jauh lagi. Apabila dorongan konsumen itu besar dan

produk yang ditawarkan dapat memuaskannya serta mudah diperoleh, konsumen kemungkinan akan menyimpan kebutuhan itu dalam memorinya dan mencari informasi yang relevan. Seberapa jauh konsumen mencari informasi akan bergantung pada kekuatan dorongan, jumlah informasi awal, kemudahan memperoleh informasi lebih jauh, nilai dari informasi tambahan, dan kepuasan yang diperoleh dari pencarian itu.

c. Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif disebut sebagai cara konsumen memproses informasi yang menghasilkan berbagai pilihan merek. Sikap calon pengunjung terhadap sesuatu merek atau destinasi tergantung pada calon wisatawan individual atau situasi pembelian tertentu. Proses evaluasi ini membuat calon pengunjung menyusun beberapa tingkatan sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Penyedia jasa harus dapat mengevaluasi alternatif merek secara aktual sehingga jika penyedia akan lebih mengambil langkah untuk mempengaruhi keputusan berkunjung.

d. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan memilih dan membeli merek atau barang dan jasa apa yang paling sesuai dengan kriteria yang telah dimiliki. Ada dua faktor yang muncul di antara kecenderungan pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan yang kedua adalah faktor situasi tak terduga. Sikap orang lain akan mempengaruhi kesempatan calon pengunjung dan situasi yang tak terduga akan muncul ketika apa yang sudah direncanakan tidak sesuai dengan aslinya. Seperti harga dan ketersediaan yang nantinya juga akan mengubah kecenderungan pembelian atau kunjungan

e. Perilaku setelah pembelian

Perilaku setelah pembelian adalah suatu keadaan dimana wisatawan merasa puas atau tidak puas atas barang atau jasa yang telah digunakan. Jika produk atau jasa yang telah dipakai berada di bawah harapan maka akan menimbulkan kekecewaan, jika produk atau jasa telah memenuhi harapannya maka wisatawan akan puas, dan jika produk atau jasa melebihi harapannya maka wisatawan akan merasa senang. Wisatawan yang puas akan memakai produk atau jasa lagi (kunjungan ulang), berbicara pengalaman baiknya tentang produk atau jasa yang telah dipakai, akan lebih sedikit memperhatikan merek dan iklan pesaing.

Informasi dari produk yang mendasari proses pembelian memunculkan suatu kebutuhan, sehingga konsumen atau pembeli akan mempertimbangkan dan mulai memahami kebutuhan tersebut. Ketika penilaian produk sudah cukup terasa jelas maka pembeli akan mencari produk tersebut, sehingga akan terjadi proses evaluasi produk dan akhirnya pembeli akan mengambil sebuah keputusan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk, ataupun menunda pembelian tersebut untuk di lain waktu.

d. Struktur Keputusan Pembelian

Keputusan untuk membeli suatu produk oleh pembeli merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan. Menurut Swastha dan Handoko (2000:102) keputusan untuk membeli suatu produk yang diambil oleh pembeli itu sebenarnya adalah kumpulan arti berbagai keputusan yang dibuat, dan setiap keputusan yang sudah diambil oleh pembeli dikaji lagi oleh pemasar melalui rancangan keputusan membeli secara keseluruhan yang akan dijadikan pertimbangan oleh pembeli dalam

melakukan suatu keputusan pembelian. Bagi konsumen, sebenarnya pembelian bukanlah hanya merupakan satu tindakan saja, melainkan terdiri dari beberapa tindakan. Pembelian akan melalui tahap-tahap yang meliputi (Kotler dan Armstrong, 2006: 129) :

a. Keputusan tentang jenis produk

Pembeli dapat mengambil sebuah keputusan untuk membeli produk tertentu dan juga dapat menggunakan uang mereka untuk tujuan lain.

b. Keputusan tentang bentuk produk

Pembeli dapat mengambil sebuah keputusan untuk membeli bentuk produk tertentu. Keputusan yang terkait ukuran, mutu, merek, corak, dan sebagainya.

Perusahaan perlu melakukan riset pemasaran untuk mengetahui selera dari pembeli tentang produk yang bersangkutan agar meningkatkan daya tarik lebih.

c. Keputusan tentang merek produk

Pembeli perlu mengambil keputusan tentang merek atau produk mana yang akan dibeli. Setiap *brand* memiliki ciri khas masing-masing. Sehingga perusahaan perlu mengetahui bagaimana pembeli atau konsumen memilih suatu *brand*.

d. Keputusan tentang penjual

Pembeli perlu mengambil keputusan dimana suatu produk yang diinginkan akan dibeli. Apakah dari produsen, pedagang grosir, ataupun pengecer juga perlu

mengetahui bagaimana konsumen memilih penjual tertentu.

e. Keputusan tentang jumlah produk

Pembeli dapat mengambil keputusan tentang seberapa besar jumlah produk yang akan dibeli dalam periode tertentu. Setiap penjual perlu mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda dari para pembeli.

f. Keputusan tentang waktu pembelian

Pembeli dapat mengambil keputusan tentang kapan mereka membeli atau melakukan pembelian. Setiap perusahaan perlu mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam kapan produk tersebut akan dibeli. Maka dari itu, perusahaan bisa mengatur sedemikian rupa waktu produksi dan kegiatan dalam memasarkan produknya.

g. Keputusan tentang cara pembayaran

Pembeli perlu mengambil keputusan tentang pola atau cara pembayaran suatu produk yang akan dibeli, apakah tunai maupun kredit. Perusahaan perlu mengetahui keinginan setiap konsumen terhadap cara membayar produk yang akan dibeli.

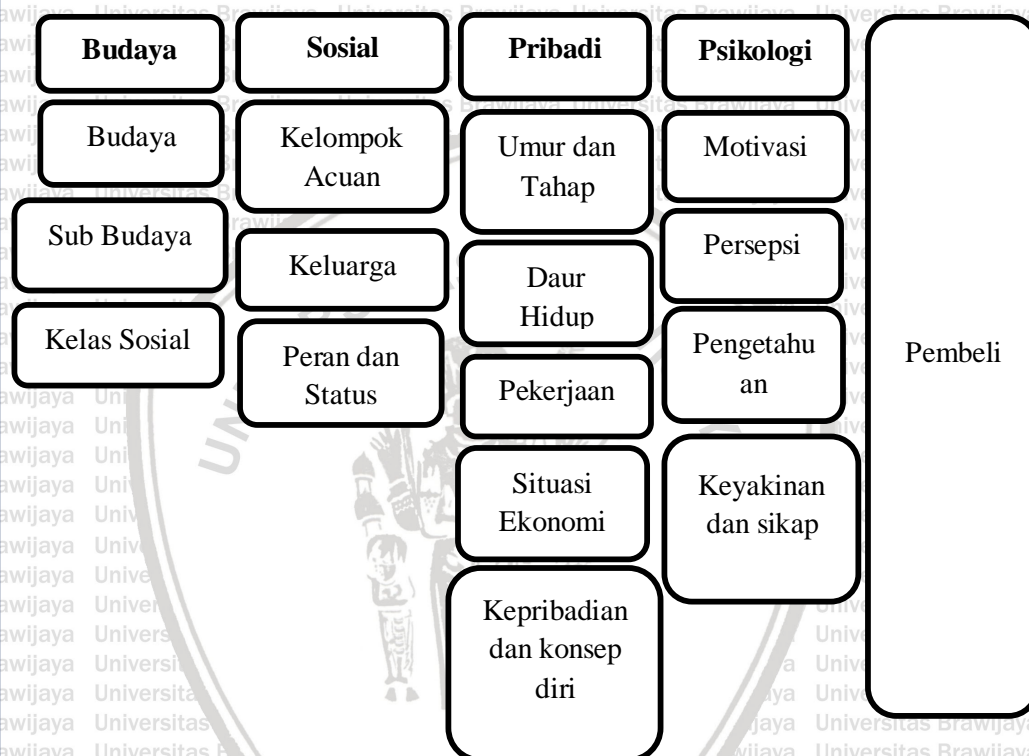
C. Hubungan antara Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung

Motivasi merupakan faktor penting bagi calon wisatawan di dalam mengambil keputusan mengenai daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi (Pitana dan Gayatri, 2005:60). Elena (2011) dalam penelitiannya yang berjudul “*Currents Trend Tourist Motivation*” menyatakan bahwa studi mengenai motivasi wisatawan merupakan hal penting bagi seorang praktisi pariwisata, dengan mengetahui motif

wisatawan, praktisi pariwisata dapat mempersiapkan diri untuk memberikan

layanan tambahan yang akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan membantu ekonomi lokal secara keseluruhan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dijabarkan dalam gambar berikut:



Gambar 2.2 Karakteristik yang mempengaruhi Tingkah Laku Konsumen

Sumber : Kotler, 2003

Ditinjau dari faktor-faktor yang telah dijabarkan, terdapat faktor psikologi yang di antaranya adalah motivasi. Kebutuhan berubah menjadi motif jika merangsang sampai tingkat intensitas yang mencukupi. Motif atau dorongan adalah kebutuhan yang cukup menekan untuk mengarahkan seseorang mencari kepuasan. Motivasi wisatawan dapat mempengaruhi pembelian dalam dunia pariwisata disebut dengan

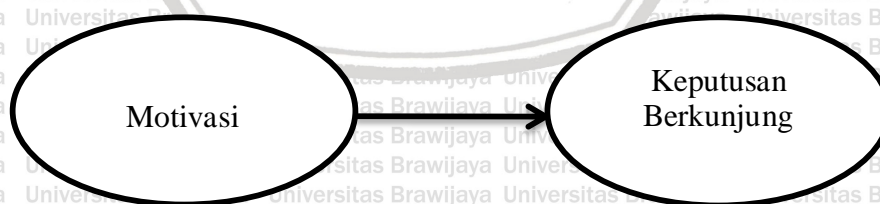
keputusan berkunjung, sehingga akan menimbulkan kepuasan dan menghasilkan

tingkah laku (Kotler 2003:156).

Berdasarkan teori tersebut, motivasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung ke suatu destinasi wisata. Ummah (2017) dan Malik (2016) membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi terhadap keputusan berkunjung di suatu destinasi wisata, hal yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan salah satunya adalah dengan mengetahui konsep motivasi wisatawan, dengan ini Sari (2014) juga membuktikan bahwa salah satu motif yang mempengaruhi seseorang dalam memutuskan untuk berkunjung karena motivasi sosial.

D. Model Konsep

Berdasarkan penjelasan teori diatas, maka model konsep dalam penelitian ini memiliki dua konsep yang diangkat yaitu motivasi dan keputusan berkunjung. Berikut merupakan model konsep pada penelitian ini yang ditunjukkan oleh Gambar 2.3



Gambar 2.3 Model Konsep

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

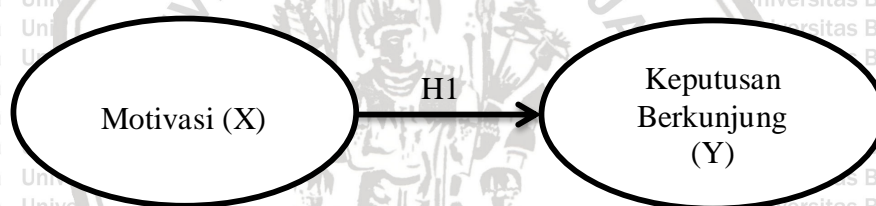
E. Model Hipotesis

Menurut Agung (2012:27) hipotesis merupakan jawaban sementara pada

permasalahan penelitian yang perlu di uji secara empiris dikarenakan kebenarannya

yang masih lemah. Dikarenakan jawaban yang diberikan hanya berdasarkan teori yang berkaitan mengenai permasalahan dalam penelitian yang diteliti bukan berdasarkan fakta empiris melalui pengumpulan data.

Supranto (1997:35) mengatakan bahwa hipotesis sangat penting, sebagai petunjuk dalam penelitian mulai dari mengumpulkan data, analisis data, dan dapat juga digunakan sebagai alat untuk menghubungkan penelitian yang relevan. Sehingga, hipotesis harus disusun dengan baik karena hipotesis adalah kemungkinan jawaban dari permasalahan yang sedang diteliti. Model hipotesis dalam penelitian ini merupakan sebagai berikut:



Gambar 2.4 Model Hipotesis

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Berdasarkan rumusan masalah dan teori-teori pendukung yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan hipotesis dari penelitian ini adalah Motivasi (X) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan penelitian jenis eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian eksplanatori merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan kasual antara variabel melalui pengujian hipotesa (Singarimbun, 2006:5). Pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme (Sugiyono, 2015:14) Jenis penelitian ini sangat cocok untuk menjelaskan hubungan antara variabel bebas yaitu Motivasi dan variabel terikat yaitu Keputusan Berkunjung. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data pokok, hal ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Diharapkan dengan jenis penelitian ini dapat menjelaskan hubungan antara variabel bebas yaitu Motivasi dan variabel terikat yaitu Keputusan berkunjung.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih oleh peneliti di Desa Wisata Pujon Kidul. Lokasi dipilih peneliti dengan pertimbangan karena banyaknya pengunjung yang berkunjung ke Desa Wisata Pujon Kidul. Desa Wisata Pujon Kidul adalah desa yang populer. Desa Wisata Pujon Kidul termasuk 10 desa wisata terbaik yang ditetapkan oleh Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (Kemendes

PDPT) pada tahun 2017 dengan meraih kategori agro (asidewi.id).

Hal ini menandakan desa tersebut adalah salah satu desa yang sudah berkembang baik. Desa Wisata Pujon Kidul memiliki banyak kegiatan yang dapat pengunjung nikmati untuk menghilangkan penat, baik untuk keluarga dan teman. Dari alasan ini peneliti tertarik untuk memilih Desa Wisata Pujon Kidul sebagai penelitian dan peneliti ingin mengetahui pengaruh motivasi terhadap keputusan berkunjung dari pengunjung ke lokasi tersebut.

C. Variabel dan Skala Pengukuran

1. Variabel dan Definisi Operasional

a. Variabel

Variabel dapat didefinisikan sebagai sebuah konsep yang mempunyai variasi dalam nilai atau ukuran (Mustafa 2009:23). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat. Variabel yang diteliti adalah Motivasi (X) dan Keputusan Berkunjung(Y).

b) Variabel bebas (*Independen Variabel*)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, *predictor*, *antecedent*. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel independen (terikat) (Sugiyono, 2008:39).

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Motivasi Wisatawan (X). Pengertian motivasi adalah dorongan pengunjung untuk berkunjung ke Desa Wisata Pujon Kidul berdasarkan motivasi diri masing-masing baik itu fisik, budaya, sosial maupun fantasi yang dilakukan oleh pengunjung Desa Wisata Pujon Kidul. Berikut

merupakan indikator-indikator dari motivasi:

a) Motivasi fisik

Motivasi bersifat fisik atau fisiologis, antara lain relaksasi, kesehatan, kenyamanan. Berpartisipasi dalam kegiatan olah raga, bersantai dan sebagainya.

Item-item dari indikator ini adalah sebagai berikut:

1. Desa Wisata Pujon Kidul tempat yang cocok untuk mendapatkan udara segar
2. Desa Wisata Pujon Kidul tempat yang cocok untuk melakukan kegiatan *outbound*

b) Motivasi Budaya

Motivasi bersifat budaya, yaitu untuk mengetahui budaya, adat, tradisi, dan kesenian daerah. *Item-item* dari indikator ini adalah sebagai berikut:

1. Desa Wisata Pujon Kidul memiliki tata perkebunan yang khas
2. Desa Wisata Pujon Kidul memiliki tradisi yang masih asli

c) Motivasi Sosial

Motivasi yang bersifat sosial, seperti mengunjungi rekan dan keluarga (VFR, *Visiting friends and relatives*). Menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang dianggap mendatangkan gengsi (nilai prestise), melakukan ziarah, pelarian dari situasi-situasi yang membosankan, dan seterusnya. *Item-item* dari indikator ini adalah sebagai berikut:

1. Desa Wisata Pujon Kidul merupakan tempat yang cocok untuk berkumpul dengan teman/kerabat
2. Desa Wisata Pujon Kidul merupakan tempat yang cocok untuk

menghabiskan waktu bersama keluarga

d) Motivasi Fantasi

Motivasi karena fantasi, dimana wisatawan akan merasakan kenyamanan dan kesenangan secara psikologis, karena bebas dari kegiatan sehari-hari atau di luar rutinitas keseharian. *Item-item* dari indikator ini adalah sebagai berikut:

1. Desa Wisata Pujon Kidul tempat untuk mendapatkan kepuasan psikologis
2. Desa Wisata Pujon Kidul tempat untuk menyegarkan pikiran atau merefresh pikiran

2) Variabel terikat (*Dependen Variabel*)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012:39). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Berkunjung (Y). Keputusan pembelian adalah suatu proses integritasi yang dilakukan seorang pembeli dalam memutuskan pembelian suatu produk yang dilalui dengan beberapa alternatif yang ada. Indikator dari keputusan berkunjung mengacu kepada Struktur keputusan pembelian yang dikemukakan oleh Kotler dan Amstrong (2006:129), yaitu:

- a) Keputusan tentang jenis produk
- b) Keputusan tentang bentuk produk
- c) Keputusan tentang merek produk
- d) Keputusan tentang waktu pembelian
- e) Keputusan tentang cara pembayaran

Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1

Ringkasan Variabel, Indikator dan Item

Variabel	Indikator	Item
Motivasi (X)	Motivasi Fisik (X ₁)	1) Desa Wisata Pujon Kidul tempat yang cocok untuk mendapatkan udara segar (X _{1.1}) 2) Desa Wisata Pujon Kidul tempat yang cocok untuk melakukan kegiatan <i>outbound</i> (X _{1.2})
	Motivasi Budaya (X ₂)	1) Desa Wisata Pujon Kidul memiliki tata perkebunan yang khas (X _{2.1}) 2) Desa Wisata Pujon Kidul memiliki tradisi yang masih asli (X _{2.2})
	Motivasi Sosial (X ₃)	1) Desa Wisata Pujon Kidul tempat yang cocok untuk berkumpul teman/kerabat (X _{3.1}) 2) Desa Wisata Pujon Kidul tempat yang cocok untuk menghabiskan waktu dengan keluarga (X _{3.2})
	Motivasi Fantasi (X ₄)	1) Desa Wisata Pujon Kidul tempat untuk mendapatkan kepuasan psikologis (X _{4.1}) 2) Desa Wisata Pujon Kidul tempat untuk menyegarkan pikiran atau merefresh pikiran (X _{4.2})
Keputusan Berkunjung (Y)	Struktur Keputusan Pembelian (Y ₁)	1) Desa Wisata Pujon Kidul merupakan pilihan utama untuk berkunjung (Y _{1.1}) 2) Desa Wisata Pujon Kidul dipilih karena sesuai dengan kebutuhan (Y _{1.2}) 3) Desa Wisata Pujon Kidul dipilih karena populer (Y _{1.3}) 4) Desa Wisata Pujon Kidul dipilih saat liburan (Y _{1.4}) 5) Desa Wisata Pujon Kidul memiliki cara pembayaran yang mudah (Y _{1.5})

Sumber : Penulis, 2019

2. Skala Pengukuran

Skala pengukuran dipergunakan untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, skala yang digunakan adalah Skala Likert. Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2012:93) sedangkan menurut Malhotra (2009:298) skala likert adalah skala yang digunakan secara luas yang meminta responden menandai derajat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap masing-masing dari serangkaian pertanyaan mengenai objek stimulus. Umumnya masing-masing *item scale* mempunyai lima kategori yang berkisar antara “sangat tidak setuju sampai dengan “sangat setuju”. Skala Likert yang digunakan pada penelitian ini adalah Skala Likert yang mempunyai skala jawaban antara satu sampai dengan lima. Dengan demikian dalam penelitian ini, kriteria penelitian terhadap jawaban yang diberikan responden dapat dilihat pada Tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

Kode	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
RG	Ragu-Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Malhotra, 2009

D. Sumber Data

Sumber data adalah asal data diperoleh. Sumber data dalam penelitian ini yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden melalui kuesioner yang disebar untuk pengunjung yang sedang berkunjung ke Desa Wisata Pujon Kidul.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber data kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan. Data ini merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui *website*, koran, majalah, dan literatur yang dapat mendukung penelitian.

E. Teknik Pengambilan Data

Metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Survei

Pengumpulan data dengan cara survei data yang dikumpulkan adalah data primer dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan. Akan tetapi membutuhkan tenaga, waktu dan biaya yang cukup besar. Keuntungan pengumpulan data dengan metode survei adalah data yang didapatkan data primer yang dipercaya. Survei yang dilakukan pada penelitian ini yaitu berkunjung ke lokasi penelitian di Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang untuk mencari informasi tentang data kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang per-tahunnya, dan mencari tahu apa saja yang ada di lokasi penelitian tersebut.

b. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2012:142). Tujuan dari pemakaian kuesioner ini adalah untuk

menjangkau obyek penelitian dengan kuantitas yang tinggi secara cepat dan luas. Kuesioner dibuat dengan cara menurunkan indikator di definisi operasional yang sudah menjadi *item* untuk ditulis menjadi pertanyaan dengan kalimat yang mudah dipahami. Kuesioner dilakukan secara tertutup. Kuesioner akan dibagikan kepada pengunjung yang sedang berkunjung ke Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang tepatnya di Cafe Sawah. Penyebaran kuesioner dibantu oleh anumerator, dengan melakukan *briefing* terlebih dahulu. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan tahapan bertanya kepada setiap pengunjung yang berada di sekitar lokasi penelitian untuk menanyakan kriteria sampel yang sudah ditentukan yaitu, pengunjung yang memutuskan untuk berkunjung ke lokasi tersebut dengan minimal usia 17 Tahun. Jika pengunjung memenuhi kriteria maka peneliti akan memberikan kuesioner kepada pengunjung tersebut untuk mengisi sesuai dengan keadaan yang sedang dialami. Estimasi waktu yang dibutuhkan peneliti yaitu 9 jam per-hari selama 2 minggu untuk mendapatkan 113 orang responden.

F. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sudjana dalam Nawawi (2012:150) populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, baik hasil menghitung maupun pengukuran, kuantitatif maupun kualitatif dari pada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap dan jelas. Berdasarkan beberapa pengertian kesimpulan dari sebuah populasi yaitu semua anggota yang ada dalam suatu tempat tertentu yang menjadi

objek penelitian dengan berbagai macam spesies, bentuk dan ukuran yang berbeda.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang memutuskan untuk berkunjung ke Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti (Arikunto, 2013:174). Sampel yang baik harus memiliki sifat yang *representative* untuk mewakili populasi yang ada. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya sehingga untuk mengetahui sampel dari populasi jumlah pengunjung Desa Wisata Pujon Kidul yang belum diketahui dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus Machin and Champbell (1987) perhitungan sampel dari penelitian ini yaitu:

$$Z_{1-\alpha} = Z_1 - 0,10 = Z_{0,90} = 1,64$$

$$Z_{1-\beta} = Z_1 - 0,05 = Z_{0,95} = 1,96$$

Rumus iterasi pertama:

$$U \cdot \rho = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+\rho}{1-\rho} \right)$$

$$U \cdot \rho = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+0,33}{1-0,33} \right)$$

$$U \cdot \rho = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1,33}{0,67} \right)$$

$$U \cdot \rho = \frac{1}{2} \ln (1,985)$$

$$U \cdot \rho = 0,3438$$

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U\rho)^2} + 3$$

$$= \frac{(1,64+1,96)^2}{(0,3438)^2} + 3$$

$$= \frac{12,96}{0,1175} + 3$$

$$= 113,2978$$

$$= 114$$

Rumus iterasi kedua:

$$U \cdot \rho = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+\rho}{1-\rho} \right) + \frac{\rho}{2(n-1)}$$

$$= \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+0,33}{1-0,33} \right) + \frac{0,33}{2(113,2978-1)}$$

$$= 0,3428 + 0,0014$$

$$= 0,3442$$

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U\rho)^2} + 3$$

$$n = \frac{(1,64+1,96)^2}{(0,3442)^2} + 3$$

$$= \frac{12,96}{0,1184} + 3$$

$$= 112,4594$$

$$= 113$$

Rumus iterasi ketiga:

$$U'p = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+0,33}{1-0,33} \right) + \frac{0,33}{2(112,4594-1)}$$

$$= 0,3428 + 0,0014$$

$$= 0,3442$$

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(Up)^2} + 3$$

$$n = \frac{(1,64 + 1,96)^2}{(0,3442)^2} + 3$$

$$= \frac{12,96}{0,1184} + 3$$

$$= 112,4594$$

$$= 113$$

Keterangan :

Up = *standardsized Normal Random Variabel Corresponding To Particula Value Of The Correlation Coefficient ρ*

$U'p$ = *Initial Estimate Of Up*

n = *Ukuran Sampel*

$Z_{1-\alpha}$ = *Harga yang diperoleh dari tabel distribusi normal baku dengan alpha yang telah ditentukan*

$Z_{1-\beta}$ = *Harga yang diperoleh dari tabel distribusi normal baku dengan beta yang telah ditentukan*

ρ = *Koefisien korelasi terkecil yang diharapkan dapat dideteksi secara signifikan*

Berdasarkan pertimbangan bahwa nilai r terendah yang diperkirakan maka

diperoleh n (minimum) = 113. Sehingga sampel yang akan digunakan dalam

penelitian ini adalah sebanyak 113 pengunjung yang sedang mengunjungi Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang.

3. Teknik pengambilan sampel

Jenis *sampling* yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Burhan (2008) teknik *sampling* ini digunakan pada penelitian-penelitian yang lebih mengutamakan hasil penelitian dari pada sifat populasi dalam menentukan sampel penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a) Responden yang memutuskan untuk berkunjung ke Desa Wisata Pujon Kidul.
- b) Responden yang memutuskan untuk berkunjung ke Desa Wisata Pujon Kidul dengan usia minimal 17 tahun.

G. Instrumen Penelitian

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian biasanya disebut sebagai instrumen penelitian. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner.

Uji validitas dan reliabilitas diperlukan untuk melakukan pengujian terhadap *item-item* yang ada dalam variabel agar kesimpulan nantinya valid dan tidak memberikan gambaran yang jauh berbeda dari keadaan sebenarnya. Uji validitas dan reliabilitas variabel penelitian menggunakan bantuan program SPSS versi 20, yang merupakan program pengolah data penelitian.

1. Uji Validitas

Menurut Churchill (2005:439) Uji validitas merupakan uji sejauh mana skor mencerminkan perbedaan sebenarnya antar individu, kelompok atau situasi

menyangkut karakteristik yang akan diukur, atau kesalahan sebenarnya pada individu atau kelompok yang sama dari satu situasi yang lain, bukan kesalahan acak.

Pengujian validitas yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik korelasi *Product Moment Person* (Arikunto, 2013:89)

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

n = Jumlah responden

x = skor variabel (jawaban responden)

y = skor total dari variabel untuk responden ke-n

Setelah nilai r_{hitung} diperoleh, selanjutnya membandingkan antara r_{hitung} perhitungan dengan r yang telah ditetapkan ($r \geq 0,03$), apabila r_{hitung} 0,3 atau lebih maka instrumen yang digunakan dinyatakan valid.

a. Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas instrumen setiap *item* dapat dilihat pada Tabel 3.3 sebagai berikut ini:

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas

Indikator	Item	Koefisien Korelasi (r)	Signifikan	Keterangan
-----------	------	------------------------	------------	------------

Motivasi Fisik	X _{1.1}	0,636	0,000	Valid
	X _{1.2}	0,572	0,000	Valid
Motivasi Budaya	X _{2.1}	0,638	0,000	Valid
	X _{2.2}	0,611	0,000	Valid
Motivasi Sosial	X _{3.1}	0,613	0,000	Valid
	X _{3.2}	0,648	0,000	Valid
Motivasi Fantasi	X _{4.1}	0,685	0,000	Valid
	X _{4.2}	0,651	0,000	Valid
Struktur Keputusan Pembelian	Y _{1.1}	0,728	0,000	Valid
	Y _{1.2}	0,683	0,000	Valid
	Y _{1.3}	0,684	0,000	Valid
	Y _{1.4}	0,675	0,000	Valid
	Y _{1.5}	0,667	0,000	Valid

Sumber data : Penulis, 2019

Berdasarkan Tabel 3.3 dapat dilihat bahwa seluruh *item* variabel Motivasi (X) dan Keputusan Berkunjung (Y) dikatakan valid, hal ini dapat dibuktikan dengan $r_{hitung} \geq 0,3$. Selain itu nilai signifikansi seluruh *item* $< 0,05$ sehingga dapat dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah persamaan hasil yang diberikan oleh ukuran-ukuran yang independen tetapi dapat diperbandingkan untuk objek, sifat, atau konsep yang sama (Churchill, 2005:444). Aritonang (2007:136) reliabilitas dapat memberikan hasil pengukuran yang relatif sama bila instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel yang sama pada dua atau lebih waktu yang berbeda dalam keadaan yang lebih sama.

Menurut Arikunto (2006:61) menyatakan uji reliabilitas menunjukan pada

tingkat ketrandalan sesuatu. Suatu instrumen dikatakan reliabel bila hasil nilai lebih

atau sama dengan nilai kritis yaitu sebesar 0,6 ($r \geq 0,6$). Pada penelitian ini pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha Croanbach* (Arikunto, 2006:196):

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right]$$

Keterangan:

r : Reliabilitas Instrument

k : Banyak *Item* pertanyaan

$\sum \sigma b^2$: Jumlah Varians *Item*

σ^2 : Varians Total

a. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas instrumen seluruh variabel dapat dilihat pada Tabel 3.4 berikut:

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Crombach Alpha	Keterangan
1	Motivasi	0,775	Reliabel
2	Keputusan Berkunjung	0,720	Reliabel

Sumber data: Penulis, 2019

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat dilihat bahwa Motivasi (X) dan Keputusan Berkunjung (Y) dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *crombach alpha* > 0,6.

H. Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan dalam Sugiyono (2010:224), analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain, sehingga mudah dipahami temuannya dapat di informasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengelompokkan data, menjelaskan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2012) statistik deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menggambarkan data dan yang terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis ini hanya berupa akumulasi data dasar dalam bentuk deskripsi semata dalam arti tidak mencari atau menerangkan saling berhubungan, menguji hipotesis, membuat ramalan, atau melakukan penarikan kesimpulan. Jadi, data yang telah terkumpul selanjutnya akan diedit dan diolah kemudian didistribusikan kedalam tabel. Data tersebut akan dibahas secara deskriptif dengan memberi angka dalam jumlah responden. Teknik analisis statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a) Menghitung besarnya kelas interval dari skor skala likert
- b) Penyajian data dalam bentuk tabel atau distribusi frekuensi. Dengan analisis ini akan diketahui kecenderungan hasil temuan penelitian, apakah masuk dalam kategori rendah, sedang atau tinggi.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik yang digunakan pada penelitian ini adalah:

a) Uji Normalitas

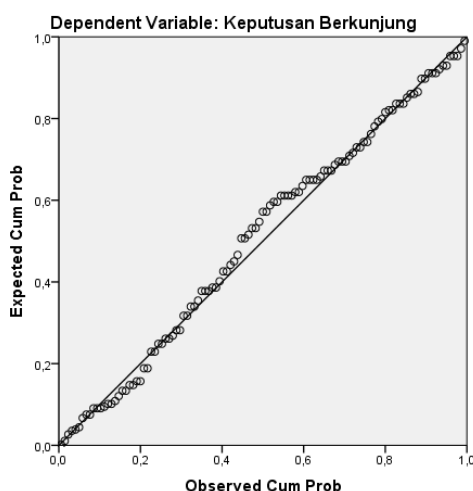
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki konstribusi normal (Ghozali 2013:97).

Pengujian normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi, variabel bebas mempunyai distribusi normal, serta variabel terikat pada persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal atau mendekati normal.

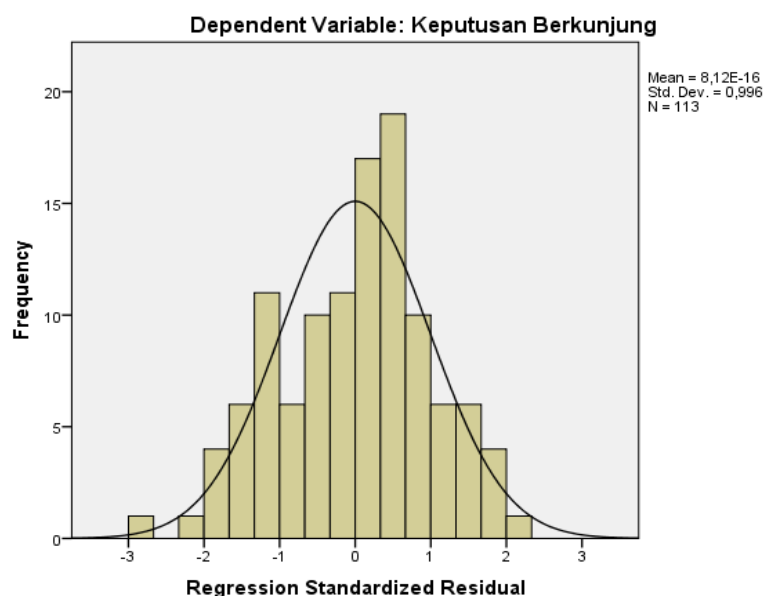
Uji normalitas ini dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya, dengan dasar pengambilan keputusan menurut (Ghozali, 2013:160) yaitu jika data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS *for windows* versi 20. Berdasarkan perhitungan uji normalitas yang telah dilakukan dengan hasil dapat di lihat pada Gambar 3.1 sebagai berikut:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Histogram

**Gambar 3.1 Normalitas Data**

Sumber: data primer diolah, 2019

Berdasarkan Gambar 3.1 di atas tampak grafik histogram memberikan pola distribusi yang mendekati normal. Begitu juga dengan grafik plot terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa regresi layak dipakai karena memenuhi normalitas.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		113
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2,31398012
	Absolute	,077
Most Extreme Differences	Positive	,048
	Negative	-,077
Kolmogorov-Smirnov Z		,814
Asymp. Sig. (2-tailed)		,521

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Dilihat dari Asymp. Sig (2-tailed) yang dihasilkan yaitu 0,521 adalah lebih dari nilai 0,05 maka residual mengikuti distribusi normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel di dalam penelitian ini telah terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2013: 105) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

Pengujian multikolinearitas dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*. *Tolerance* mengukur variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $\geq 0,01$ atau sama dengan nilai $VIF \leq 10$. Jika melihat nilai signifikansi maka:

- Apabila nilai Signifikansi $< 0,05$ Maka ada hubungan yang signifikan
- Apabila nilai Signifikansi $> 0,05$ Maka tidak ada hubungan yang signifikan

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS *for windows* versi 20. Berdasarkan perhitungan uji multikolinearitas yang telah dilakukan dengan hasil dapat di lihat pada Tabel 3.5 sebagai berikut:

Tabel 3.5 Hasil Uji Multikolinearitas

Correlations			
		Motivasi	Keputusan_Berkunjung
Motivasi	Pearson Correlation	1	,489**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	113	113
Keputusan_Berkunjung	Pearson Correlation	,489**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	113	113

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber Data Primer Diolah, 2019

Dilihat dari nilai sig. (2-tailed) yang dihasilkan dari variabel Motivasi dan variabel Keputusan Berkunjung adalah 0,000 maka dapat disimpulkan adanya hubungan yang signifikan serta diperoleh nilai *Person Correlation* sebesar 0,489 maka kekuatan korelasi adalah sedang.

3. Analisis Regresi Sederhana

Menurut Sugiyono (2010:210) analisis regresi sederhana adalah regresi yang melibatkan hubungan antara satu variabel tidak bebas (Y) dihubungkan dengan satu variabel bebas (X). Bentuk umum persamaan regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bx$$

Keterangan : y= variabel tidak bebas

a= intersep (titik potong kurva terhadap sumbu y)
 b= kemiringan (slope) kurva linier
 x= variabel bebas

a. Uji Hipotesis

Alat pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi.

Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan menunjukkan arah hubungan antar variabel dependen dan independen.

Analisis regresi dikembangkan persamaan estimasi untuk mendeskripsikan pola atau fungsi hubungan antar variabel. Uji yang dipakai dalam penelitian ini adalah uji t.

Menurut Ghozali (2013:98) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelasan/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen, atau bagaimana pengaruh motivasi dapat menemukan penjelasan terhadap pengaruh eksternal, keputusan berkunjung.

Hipotesis nol (H_0) yang kehendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_i) sama dengan nol atau: $H_0 : b_i = 0$ artinya apakah suatu variabel independen bukan

merupakan penjas yang signifikan terhadap variabel independen. Hipotesis alternatifnya yaitu (H_a) paramater suatu variabel tidak sama dengan nol atau: $H_A : b_i \neq 0$ artinya, variabel tersebut merupakan penjas yang signifikan terhadap

variabel dependen. Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

- a. Jika signifikansi $t < 0,05$ maka hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima

- b. Jika signifikansi $t > 0,05$ maka hipotesis nol diterima dan hipotesis alternatif ditolak.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi

1. Profil Desa Wisata Pujon Kidul

Pujon Kidul adalah sebuah Desa di Wilayah Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur. Desa Pujon Kidul masuk dalam wilayah Kecamatan Pujon dengan luas wilayah desa Pujon Kidul yaitu 323,159 Ha, terdapat lahan produktif yang digunakan masyarakat sebagai area bercocok tanam dan pemukiman, dengan pemetaan lahan produktif yaitu dibagi untuk pemukiman, pertanian, tegal/ kebun, hutan produksi, sekolah, olahraga, dan pemakaman umum. Dengan jumlah kepala keluarga sebesar 1.324 KK, Sementara kepadatan penduduk sudah mencapai 4.146 jiwa penduduk tetap (Kompasiana.com). Namun dari keluasan wilayah yang begitu potensial saat ini masih banyak sumber daya alam yang berpotensi belum digali saat ini.

Keseharian masyarakat desa Pujon Kidul adalah bercocok tanam, bertani, buruh tani, dan berternak (sapi, kambing, ayam dan itik), perikanan, buruh bangunan serta berdagang dan lainnya. Masyarakat umumnya sudah aktif dalam mengelola lahan pertanian dengan menanam padi dengan menggunakan cara yang sederhana dan konvensional dan hasil panen belum sepenuhnya menemukan harga yang sebanding dengan pekerjaan tersebut.

Desa Pujon Kidul merupakan salah satu tujuan wisata di Jawa Timur, yang dinamakan Desa Wisata Pujon Kidul, karena memiliki potensi wisata yang masih

alami yang cocok untuk *refreshing* dan wisata edukasi. Banyak pilihan kegiatan

yang dapat dilakukan pengunjung di desa tersebut selain *refreshing* dan wisata edukasi, pengunjung dapat melakukan wisata *tracking*, menikmati kesenian dan budaya, kuliner, *outbound*, cafe sawah, wisata berkuda dan jika pengunjung ingin menginap desa tersebut menyediakan *homestay* yang dikelola dari warga sekitar.

Pilihan kegiatan ini dapat langsung datang ke lokasi atau harus melakukan reservasi terlebih dahulu.

Jarak yang ditempuh untuk ke Desa Wisata Pujon Kidul dari kota Malang yaitu sekitar 25,3 km atau waktu yang ditempuh selama 1 jam, sedangkan jarak untuk ke Desa Pujon Kidul dari kota Batu sekitar 13,1 km atau waktu yang ditempuh selama 30 menit. Jalanan yang dilewati untuk menuju ke desa tersebut cukup bagus dan dapat dilewati menggunakan kendaraan-kendaraan sepeda motor, mobil, dan bahkan bus pariwisata.

2. Unit Bisnis Desa Wisata Pujon Kidul

Desa Wisata Pujon Kidul terbagi menjadi beberapa bagian untuk di jadikan objek wisata dan banyak menawarkan paket wisata yang dapat dinikmati oleh pengunjung. Paket wisata yang ada di Desa Wisata Pujon Kidul diantaranya yaitu Cafe Sawah, Wisata Berkuda, *Outbound*, Wisata *Tracking*, Kesenian dan Budaya, Kuliner, Wisata Edukasi, dan *Homestay*. Masing-masing dari paket yang disediakan memiliki pengelola yang berbeda-beda. Berikut adalah macam-macam wisata yang ada di Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang:

a. Cafe Sawah

Cafe sawah berdiri dan disahkan pada akhir tahun 2016 dengan menawarkan

berbagai macam jenis makanan kuliner seperti bakso, soto, siomay, makanan

prasmanan dan sebagainya. Selain kuliner, cafe sawah juga memiliki pemandangan dan penataan yang bagus dan sangat cocok bagi wisatawan yang ingin menikmati pemandangan khas pedesaan. Dengan adanya cafe sawah wisatawan banyak yang berkunjung untuk merasakan sejuknya hawa pedesaan dengan pemandangan gunung dan melihat masyarakat lokal bertani.

Cafe Sawah adalah salah satu pilihan wisata yang berada di Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang. Dari sekian banyaknya pilihan wisata yang ada, yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan adalah Cafe Sawah, karena di Cafe Sawah wisatawan dapat menikmati makanan dengan sejuknya suasana pedesaan yang asri.

Karena banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Cafe Sawah, maka pengelola menambahkan atraksi wisata lain yang dapat dinikmati wisatawan ketika berkunjung ke Cafe Sawah yaitu, Wisata Berkuda dan *Outbound*. Kegiatan *Outbound* yang dapat dinikmati wisatawan meliputi paintball, ATV, trail, dan juga area panahan. Untuk berkunjung ke Cafe Sawah dikenakan tarif tiket sebesar Rp.

11.000 diluar dari biaya makanan yang ada di Cafe Sawah, Wisata Berkuda dan *Outbound*.

b. Wisata *Tracking*

Desa Wisata Pujon Kidul memiliki area yang dapat digunakan untuk wisata *tracking*. Area ini masih dalam wilayah Desa Wisata Pujon Kidul namun berbeda kawasan dari Cafe Sawah. Wisata ini dapat dinikmati oleh wisatawan yang hobi dengan kegiatan-kegiatan yang menantang. Hal-hal yang dapat dilakukan pada

wisata ini adalah dapat menjelajahi flora maupun fauna khas yang berada pada

dataran tinggi dengan disuguhi keindahan relief alam pegunungan seperti air terjun dan hutan pinus.

c. Kesenian dan Budaya

Pilihan wisata kesenian dan budaya ini adalah wisata yang mempertunjukkan kesenian dan budaya yang ada di Desa Wisata Pujon Kidul kepada wisatawan yang ingin mengetahui kesenian dan budaya yang ada. Pilihan wisata ini biasanya dinikmati oleh wisatawan mancanegara dan wisatawan lokal yang berasal dari luar kota Malang. Pertunjukan Kesenian dan Budaya ini adalah parade dari warga sekitar yaitu diantaranya pencak silat, kesenian kuda lumping, tarian sanduk.

d. Wisata Edukasi

Wisata ini merupakan sarana bagi para wisatawan dalam mengenal dunia pertanian dan ternakan. Wisatawan diperkenalkan mengenai beberapa ilmu terkait pertanian seperti pemilihan bibit, perawatan sampai panen. Selain itu, dalam bidang peternakan wisatawan akan diajak pemerah susu secara langsung dari sapi, kemudian berikutnya dikenalkan sampai pada bagian pengolahan. Wisatawan juga diperkenalkan membawa hasil panen yang dipetik sendiri langsung dari ladang sekaligus mendapatkan wawasan terkait pertanian dan peternakan yang dapat dikembangkan sendiri.

e. Homestay

Fasilitas yang disediakan untuk wisatawan yang ingin menginap di Desa Wisata Pujon Kidul ketika menikmati paket liburan sehari-hari. Wisatawan akan diajak menjadi warga pedesaan lengkap dengan aktivitas sehari-hari seperti

memerah susu dan bertani. *Homestay* ini adalah rumah penduduk yang disewakan

untuk wisatawan agar dapat merasakan suasana yang khas dari Desa Wisata Pujon Kidul

B. Gambaran Umum Responden

1) Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Distribusi reponden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Banyaknya Responden	Prosentase (%)
1	Laki-laki	54	47,8
2	Perempuan	59	52,2
Jumlah		113	100

Sumber: Data primer yang diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.1 tersebut menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 54 orang responden (47,8 %) dan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 59 orang responden (52,2%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan.

2) Gambaran Responden Berdasarkan Usia

Pembagian usia responden dalam penelitian ini yaitu berdasarkan aturan dari Departemen Kesehatan Republik Indonesia Tahun 2009 yaitu dengan ketentuan pada 0-5 tahun (masa balita), 5-11 tahun (masa kanak-kanak), 12-16 tahun (masa remaja awal), 17-25 tahun (masa remaja akhir), 26-35 tahun (masa dewasa awal), 36-45 tahun (masa dewasa akhir), 46-55 tahun (masa lansia awal), 56-65 tahun

(masa lansia akhir) dan >65 tahun (masa manula).

Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 113 orang yang dapat di deskripsikan menurut usia. Distribusi responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Banyaknya Responden	Prosentase (%)
1	17-25	60	53,1
2	26-35	29	25,7
3	36-45	6	5,3
4	46-55	14	12,4
5	56-65	4	3,5
Jumlah		113	100

Sumber: Data primer yang diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.2 maka dapat disimpulkan bahwa sebanyak 60 orang responden (53,1%) pada kalangan masa remaja akhir (17-25 Tahun), sebanyak 29 orang responden (25,7%) pada kalangan masa dewasa awal (26-35 Tahun), sebanyak 6 orang responden (5,3%) pada kalangan dewasa akhir (36-45 Tahun), sebanyak 14 orang responden (12,4%) pada masa lansia awal (46-55 Tahun), dan sebanyak 4 orang responden (3,5%) pada kalangan masa lansia akhir (56-65 Tahun). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung Desa Wisata Pujon Kidul para remaja akhir yang berusia 17-25 Tahun.

3) Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Distribusi responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Banyaknya Responden	Prosentase (%)
1	SMP/ Sederajat	4	3,5
2	SMA/ Sederajat	69	61,1
3	Sarjana/ Diploma	40	35,4
	Jumlah	113	100

Sumber: Data primer yang diolah (2019)

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden yang menyelesaikan pendidikan pada jenjang SMP/ Sederajat sebanyak 4 orang responden (3,5%), responden yang menyelesaikan pendidikan pada jenjang SMA/ Sederajat sebanyak 69 orang responden (61,1%), dan responden yang menyelesaikan pendidikan pada jenjang Sarjana/ Diploma sebanyak 40 orang responden (35,4%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung yang mengunjungi Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang berpendidikan SMA/ Sederajat.

4) Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan

Distribusi responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4 Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Banyaknya Responden	Prosentase (%)
1	Pelajar/ Mahasiswa	44	38,9
2	Pegawai	43	38,1
3	Wirausaha	12	10,6
4	Lain-lain	14	12,4
	Jumlah	113	100

Sumber: Data primer yang diolah (2019)

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden yang berprofesi sebagai Pelajar/ Mahasiswa sebanyak 44 orang responden (38,9%), responden yang berprofesi sebagai Pegawai sebanyak 43 orang responden (38,1%), sedangkan responden yang berprofesi sebagai Wirausaha sebanyak 12 orang responden (10,6%), dan responden yang berprofesi lain-lain sebanyak 14 orang responden (12,4%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung Desa Wisata Pujon Kidul berprofesi sebagai Pelajar/ Mahasiswa.

5) Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan

Distribusi responden berdasarkan pendapatan perbulan pengunjung dilihat pada Tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5 Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Pendapatan/bulan	Banyaknya Responden	Prosentase (%)
1	< Rp. 1.000.000	37	32,7
2	Rp. 1.000.000 ≤ Rp. 3.000.000	42	37,2
3	Rp. 3.000.000 ≤ Rp. 5.000.000	25	22,1
4	Rp. 5.000.000 ≤ Rp. 7.000.000	4	3,5
5	≥ Rp. 7.000.000	5	4,4
	Jumlah	113	100

Sumber: Data primer yang diolah (2019)

Tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa pengunjung Desa Wisata Pujon Kidul yang memiliki pendapatan perbulan sebesar < Rp. 1.000.000 sebanyak 37 orang responden (32,7%), responden yang memiliki pendapatan perbulan sebesar Rp. 1.000.000 ≤ Rp. 3.000.000 sebanyak 42 orang responden (37,2%), responden yang memiliki pendapatan perbulan sebesar Rp. 3.000.000 ≤ Rp. 5.000.000 sebanyak 25 orang responden (22,1%), sedangkan responden yang memiliki pendapatan perbulan sebesar Rp. 5.000.000 ≤ Rp. 7.000.000 sebanyak 4 orang responden

(3,5%), dan responden yang memiliki pendapatan perbulan sebesar \geq Rp. 7.000.000 sebanyak 5 orang responden (4,4%). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung Desa Wisata Pujon Kidul memiliki pendapatan sebesar Rp. 1.000.000 \leq Rp. 3.000.000

6) Gambaran Responden Berdasarkan Kunjungan Bersama

Distribusi responden berdasarkan kunjungan bersama ke Desa Wisata Pujon Kidul dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6 Gambaran Responden Berdasarkan Kunjungan

No.	Kunjungan Bersama	Banyaknya Responden	Prosentase (%)
1	Sendiri	2	1,8
2	Teman/ Rekan	84	74,3
3	Keluarga/ Kerabat	27	23,9
	Jumlah	113	100

Sumber: Data primer yang diolah (2019)

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa responden yang mengunjungi Desa Wisata Pujon Kidul, yang mengunjungi secara sendiri sebanyak 2 orang responden (1,8%), sedangkan responden yang mengunjungi Desa Wisata Pujon Kidul bersama Teman/ Rekan sebanyak 84 orang responden (74,3%), dan responden yang berkunjung dengan Keluarga/ Kerabat sebanyak 27 orang responden (23,9%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang mengunjungi Desa Wisata Pujon

Kidul mayoritas datang bersama Teman/ Rekan.

C. Hasil Analisis Deskriptif

Responden yang terdapat dalam penelitian berjumlah 113 orang responden, sedangkan variabel yang dipakai dalam penelitian ini adalah 2 variabel yaitu Motivasi dan Keputusan Berkunjung. Besarnya kelas interval dari skor skala likert dihitung dengan rumus menurut Supranto (2008:78).

$$\text{Besarnya Interval} = \frac{\text{observasi terbesar} - \text{vasi terkecil}}{\text{banyak kelas}}$$

$$= \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Setelah diketahui besarnya interval maka dapat disimpulkan beberapa pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.7 Nilai Rata-Rata

No.	Nilai Rata-Rata	Keterangan
1	1 - 1,8	Sangat Tidak Baik
2	> 1,8 - 2,6	Tidak Baik
3	> 2,6 - 3,4	Cukup Baik
4	> 3,4 - 4,2	Baik
5	> 4,2 - 5	Sangat Baik

Sumber: Supranto (2008)

Didukung dari perhitungan penentuan klarifikasi nilai *mean*, maka uraian tentang hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Distribusi Frekuensi Responden Variabel Motivasi (X)

Distribusi jawaban responden variabel motivasi dapat dilihat pada Tabel 4.8

sebagai berikut:

Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi

Indikator	Item	Skor										Jumlah mean
		1		2		3		4		5		
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Motivasi Fisik	X _{1.1}	-	-	-	-	4	3,5	26	23,0	83	73,5	4,70
	X _{1.2}	-	-	4	3,5	26	23,0	57	50,4	26	23,0	3,93
Motivasi Budaya	X _{2.1}	-	-	3	2,7	3	2,7	54	47,8	53	46,9	4,39
	X _{2.2}	-	-	3	2,7	27	23,9	46	40,7	37	32,7	4,04
Motivasi Sosial	X _{3.1}	1	0,9	-	-	7	6,2	27	23,9	78	69,0	4,60
	X _{3.2}	-	-	-	-	6	5,3	35	31,0	72	63,7	4,58
Motivasi Fantasi	X _{4.1}	-	-	3	2,7	15	13,3	58	51,3	37	32,7	4,14
	X _{4.2}	-	-	-	-	4	3,5	39	34,5	70	61,9	4,58
Grand mean												4,36

Data primer diolah, 2019

Keterangan:

- X_{1.1}: Desa Wisata Pujon Kidul tempat yang cocok untuk mendapatkan udara segar
 X_{1.2}: Desa Wisata Pujon Kidul tempat yang cocok untuk melakukan kegiatan *outbound*
 X_{2.1}: Desa Wisata Pujon Kidul memiliki tata perkebunan yang khas
 X_{2.2}: Desa Wisata Pujon Kidul memiliki tradisi yang masih asli
 X_{3.1}: Desa Wisata Pujon Kidul tempat yang cocok untuk berkumpul teman/kerabat
 X_{3.2}: Desa Wisata Pujon Kidul tempat yang cocok untuk menghabiskan waktu dengan keluarga
 X_{4.1}: Desa Wisata Pujon Kidul tempat untuk mendapatkan kepuasan psikologis
 X_{4.2}: Desa Wisata Pujon Kidul tempat untuk menyegarkan pikiran atau merefresh pikiran

Penilaian responden tentang *item* pertanyaan variabel Motivasi dapat dilihat pada Tabel 4.8 untuk *item* Desa Wisata Pujon Kidul tempat yang cocok untuk mendapatkan udara segar ditunjukkan dengan X_{1.1}, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 83 orang responden (73,5%), responden yang menjawab setuju sebanyak 26 orang responden (23,0%), responden yang menjawab ragu-ragu

sebanyak 4 orang responden (3,5%). Dengan demikian sebagian besar responden

menyatakan sangat setuju Desa Wisata Pujon Kidul tempat untuk mendapatkan udara segar. Hal ini didukung nilai *mean item* sebesar 4,70 , artinya Desa Wisata Pujon Kidul merupakan tempat yang sangat cocok untuk mendapatkan udara yang segar.

Item variabel Motivasi tentang Desa Wisata Pujon Kidul tempat yang cocok untuk melakukan kegiatan *outbound* ditunjukkan dengan $X_{1,2}$, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 26 orang responden (23,0%), responden yang menjawab setuju sebanyak 57 orang responden (50,4%), sedangkan responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 26 orang responden (23,0%), dan responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 4 orang responden (3,5%). Dengan demikian sebagian besar responden menyatakan setuju Desa Wisata Pujon Kidul tempat yang cocok untuk melakukan kegiatan *outbound*. Hal ini didukung dengan *mean item* 3,93 , artinya Desa Wisata Pujon Kidul tempat yang cocok untuk melakukan kegiatan *outbound*.

Berdasarkan penilaian responden, variabel Motivasi *item* Desa Wisata Pujon Kidul memiliki tata perkebunan yang khas ditunjukkan dengan $X_{2,1}$, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 53 orang responden (46,9%), responden yang menjawab setuju sebanyak 54 orang responden (47,8%), responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 3 orang responden (2,7%), dan responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 3 orang responden (2,7%). Dengan demikian sebagian besar responden menyatakan setuju Desa Wisata Pujon Kidul memiliki tata perkebunan yang khas. Hal ini didukung dengan *mean item* 4,39 , artinya pengunjung setuju bahwa Desa Wisata Pujon Kidul memiliki tata perkebunan yang sangat khas.

Berdasarkan penilaian responden, variabel Motivasi *item* Desa Wisata Pujon Kidul memiliki tradisi yang masih asli ditunjukkan dengan $X_{2.2}$, dengan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 37 orang responden (32,7%), responden yang menjawab setuju sebanyak 46 orang responden (40,7%), lalu responden yang menjawab dengan ragu-ragu sebanyak 27 orang responden (23,9%), dan yang responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 3 orang responden (2,7%). Dengan demikian sebagian besar responden menyatakan setuju Desa Wisata Pujon Kidul memiliki tradisi yang masih asli. Hal ini didukung dengan *mean item* 4,04, artinya Desa Wisata Pujon Kidul masih memiliki tradisi yang masih asli yang dapat dirasakan oleh pengunjung.

Item variabel Motivasi pada *item* Desa Wisata Pujon Kidul tempat yang cocok untuk berkumpul dengan teman/kerabat ditunjukkan dengan $X_{3.1}$, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 78 orang responden (69,0%), responden yang menjawab setuju sebanyak 27 orang responden (23,9%), sedangkan responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 7 orang responden (6,3%), dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang responden (0,9%). Dengan demikian sebagian besar responden menyatakan sangat setuju Desa Wisata Pujon Kidul cocok untuk tempat berkumpul dengan teman/kerabat. Hal ini didukung dengan *mean item* 4,60, artinya Desa Wisata Pujon Kidul tempat yang sangat cocok untuk berkumpul dengan teman/ kerabat.

Berdasarkan penilaian responden variabel Motivasi *item* Desa Wisata Pujon Kidul tempat cocok untuk menghabiskan waktu dengan keluarga ditunjukkan dengan $X_{3.2}$, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 72 orang responden (63,7%), responden yang menjawab setuju sebanyak 35 orang responden (31,0%),

sedangkan responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 6 orang responden (5,3%). Dengan demikian sebagian besar responden menyatakan sangat setuju Desa Wisata Pujon Kidul tempat yang cocok untuk menghabiskan waktu dengan keluarga. Hal ini didukung dengan *mean item* 4,58, artinya Desa Wisata Pujon Kidul tempat yang sangat cocok untuk tempat menghabiskan waktu dengan keluarga.

Item variabel Motivasi pada *item* Desa Wisata Pujon Kidul tempat untuk mendapatkan kepuasan psikologis ditunjukan dengan $X_{4.1}$, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 37 orang responden (32,7%), responden yang menjawab setuju sebanyak 58 orang responden (51,3%), sedangkan yang menjawab ragu-ragu sebanyak 15 orang responden (13,3%), dan yang menjawab tidak setuju sebanyak 3 orang responden (2,7%). Dengan demikian sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa Desa Wisata Pujon Kidul tempat untuk mendapatkan kepuasan psikologi. Hal ini didukung dengan *mean item* 4,14, artinya Desa Wisata Pujon Kidul tempat untuk mendapatkan kepuasan psikologis bagi pengunjung.

Berdasarkan penilaian responden pada variabel Motivasi *item* Desa Wisata Pujon Kidul tempat untuk menyegarkan pikiran atau me *refresh* pikiran ditunjukan dengan $X_{4.2}$, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 70 orang responden (61,9%), responden yang menjawab setuju sebanyak 39 orang responden (34,5%), sedangkan yang menjawab ragu-ragu sebanyak 4 orang responden (3,5%). Dengan demikian sebagian besar responden setuju bahwa Desa Wisata Pujon Kidul tempat untuk menyegarkan pikiran atau mererefresh pikiran. Hal ini didukung dengan *mean*

item 4,58, artinya Desa Wisata Pujon Kidul suatu tempat yang sangat menyegarkan pikiran bagi pengunjung.

Berdasarkan *mean* Indikator yang diperoleh pada Motivasi Fisik yaitu sebesar 4,31; Motivasi Budaya 4,21; Motivasi Sosial 4,59; Motivasi Fantasi 4,36. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berkunjung ke Desa Wisata Pujon Kidul karena adanya Motivasi Sosial. Hal tersebut didukung dengan *mean* Indikator sebesar 4,59

Berdasarkan hasil *grand mean* variabel Motivasi, diperoleh hasil sebesar 4,36.

Berdasarkan kategori kelas interval yang telah ditentukan, angka tersebut menunjukkan bahwa variabel Motivasi berada di dalam kategori sangat tinggi, sehingga dapat berpengaruh terhadap variabel keputusan berkunjung.

2. Distribusi Frekuensi Responden Variabel Keputusan Berkunjung (Y)

Distribusi jawaban responden variabel Keputusan Berkunjung dapat dilihat pada Tabel 4.9 berikut:

Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Berkunjung

Struktur Keputusan Distribusi	Indikator	Skor										Jumlah mean		
		1		2		3		4		5		Item	Indik ator	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
		Y _{1.1}	-	-	4	3,5	31	27,4	53	46,9	25	22,1	3,88	3,99
		Y _{1.2}	-	-	1	0,9	35	31,0	53	46,9	24	21,2	3,88	
		Y _{1.3}	-	-	1	0,9	27	23,9	59	52,2	26	23,0	3,97	
Y _{1.4}	-	-	5	4,4	17	15,0	51	45,1	40	35,3	4,12			
Y _{1.5}	1	0,9	2	1,8	18	15,9	56	49,6	36	31,9	4,10			
Grand mean												3,99		

Data primer diolah, 2019

Keterangan:

Y_{1.1} : Desa wisata pujon kidul merupakan pilihan utama untuk berkunjung

Y_{1.2} : Desa wisata pujon kidul dipilih karena sesuai dengan kebutuhan

Y_{1.3} : Desa wisata pujon kidul dipilih karena populer

Y_{1.4} : Desa wisata pujon kidul dipilih saat sedang liburan

Y_{1.5} : Desa wisata pujon kidul memiliki cara pembayaran yang mudah

Penilaian responden tentang *item* pertanyaan variabel Keputusan Berkunjung dapat dilihat pada Tabel 4.9 untuk *item* Desa Wisata Pujon Kidul merupakan pilihan utama untuk berkunjung ditunjukkan dengan Y_{1.1}, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 25 orang responden (22,1%), responden yang menjawab setuju sebanyak 53 orang responden (46,9%), sedangkan responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 31 orang responden (27,4%), dan responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 4 orang responden (3,5%). Dengan demikian sebagian besar responden setuju bahwa Desa Wisata Pujon Kidul merupakan pilihan utama untuk berkunjung. Hal ini didukung dengan *mean item* 3,88 , artinya Desa Wisata Pujon Kidul merupakan pilihan utama untuk berkunjung.

Berdasarkan penilaian responden pada variabel Keputusan Berkunjung *item* Desa Wisata Pujon Kidul dipilih karena sesuai dengan kebutuhan ditunjukkan dengan Y_{1.2}, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 24 orang responden (21,2%), responden yang menjawab setuju sebanyak 53 orang responden (46,9%), responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 35 orang responden (31,0%), dan sedangkan responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang responden (0,9%). Dengan demikian sebagian besar responden setuju bahwa Desa Wisata Pujon Kidul dipilih karena sesuai dengan kebutuhan. Hal ini didukung dengan *mean item* 3,88 , artinya Desa Wisata Pujon Kidul dipilih pengunjung karena sesuai dengan kebutuhan yang sedang pengunjung butuhkan.

Item variabel Keputusan Berkunjung pada *item* Desa Wisata Pujon Kidul dipilih karena populer ditunjukkan dengan $Y_{1.3}$, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 26 orang responden (23,0%), responden yang menjawab setuju sebanyak 59 orang responden (52,2%), sedangkan responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 27 orang responden (23,9%), dan responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang responden (0,9%). Dengan demikian sebagian besar responden setuju bahwa Desa Wisata Pujon Kidul dipilih karena populer. Hal ini didukung dengan *mean item* 3,97, artinya pengunjung memilih berkunjung ke Desa Wisata Pujon Kidul karena populer.

Berdasarkan penilaian responden pada variabel Keputusan Berkunjung pada *item* Desa Wisata Pujon Kidul dipilih saat sedang liburan ditunjukkan dengan $Y_{1.4}$, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 40 orang responden (35,3%), responden yang menjawab setuju sebanyak 51 orang responden (45,1%), responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 17 orang responden (15,0%), dan responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 5 orang responden (4,4%). Dengan demikian sebagian besar responden setuju bahwa Desa Wisata Pujon Kidul dipilih saat sedang liburan. Hal ini didukung dengan *mean item* 4,12, artinya pengunjung memilih berkunjung ke Desa Wisata Pujon Kidul saat sedang liburan.

Item variabel Keputusan Berkunjung pada *item* Desa Pujon Kidul memiliki cara pembayaran yang mudah ditunjukkan dengan $Y_{1.5}$, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 36 orang responden (31,9%), responden yang menjawab setuju sebanyak 56 orang responden (49,6%), responden yang menjawab ragu-ragu

sebanyak 18 orang responden (15,9%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 orang responden (1,8%), dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang responden (0,9%). Dengan demikian sebagian besar responden setuju bahwa Desa Wisata Pujon Kidul memiliki cara pembayaran yang mudah. Hal ini didukung dengan *mean item* 4,10, artinya pengunjung memilih berkunjung Desa Wisata Pujon Kidul karena memiliki cara pembayaran yang mudah.

Berdasarkan hasil *grand mean*, diperoleh hasil sebesar 3,99. Berdasarkan kategori kelas interval yang telah ditentukan, angka tersebut menunjukkan variabel Keputusan Berkunjung berada di dalam kategori baik atau tinggi.

D. Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji *t* untuk mengetahui pengaruh antar variabel bebas Motivasi (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Keputusan Berkunjung (Y).

Pengujian ini dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% atau nilai signifikan t

Variabel Motivasi (X) berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung (Y) adalah signifikan dibuktikan dengan nilai signifikan t $0,000 < \alpha$ (0,05).

Hasil perhitungan analisis regresi linier sederhana untuk variabel motivasi terhadap keputusan berkunjung diperoleh hasil seperti tampak pada Tabel 4.10 berikut:

Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Variabel Motivasi

Variabel	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
----------	-----------------------------	---------------------------	---	------

	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,609	2,272		2,909	,004
Motivasi (X)	0,381	,065	,489	5,899	,000

Sumber: Data primer yang diolah (2019)

Berdasarkan analisis regresi linier sederhana pada Tabel 4.10 maka dapat dihasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$\gamma = 6,609 + 0,381X$$

Koefisien sebesar 0,381 menunjukkan nilai besarnya pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung, artinya setiap kenaikan 1 satuan nilai motivasi akan menaikkan 0,381 satuan keputusan berkunjung.

Berdasarkan hasil regresi linier sederhana tersebut maka disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu Motivasi (X) memiliki pengaruh sebesar 38,1% dalam mempengaruhi variabel terikat yaitu variabel Keputusan Berkunjung (Y)

E. Pembahasan

1. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil analisis data pada penelitian ini menunjukkan bahwa secara langsung variabel Motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Berkunjung. Pengujian yang dilakukan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau memperoleh nilai signifikan 0,000 sehingga signifikansi $t < \text{signifikansi } \alpha$ yaitu ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Motivasi terhadap variabel Keputusan Berkunjung. Jika dilihat dari nilai yang diperoleh, maka Motivasi memiliki pengaruh terhadap Keputusan Berkunjung yaitu sebesar 38,1% artinya setiap

kenaikan 1 satuan Motivasi akan menaikkan 0,381 satu satuan Keputusan Berkunjung, sehingga Motivasi Fisik, Motivasi Budaya, Motivasi Sosial dan Motivasi Fantasi berdampak kepada Keputusan Berkunjung dan 61,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Berdasarkan hasil statistik *grand mean* pada *item* variabel Motivasi (X) adalah 4,36 sedangkan pada *item* variabel Keputusan Berkunjung (Y) diperoleh *grand mean* sebesar 3,99. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju dengan pertanyaan pada kuesioner penelitian.

Item yang paling kuat pada variabel Motivasi adalah pada indikator motivasi fisik yang mempunyai nilai *mean item* sebesar 4,70 dengan *item* Desa Wisata Pujon Kidul tempat yang cocok untuk mendapatkan udara segar, dan Desa Wisata Pujon Kidul tempat yang cocok untuk melakukan kegiatan *outbound*. Diketahui *mean item* tertinggi yaitu *item* tempat yang cocok untuk mendapatkan udara segar, pengunjung dapat melakukan hal-hal menyenangkan dan melakukan aktifitas yang menguntungkan secara fisik yang memberikan relaksasi di Desa Wisata Pujon Kidul. Hal ini berkaitan dengan teori motivasi menurut Maslow dan Reksohadiprojo (1996) yang mengatakan bahwa kebutuhan fisiologis merupakan hirarki kebutuhan manusia yang paling dasar yang merupakan kebutuhan untuk hidup.

Pengaruh dari motivasi tersebut sebagian besar mempengaruhi keputusan berkunjung, keputusan berkunjung dalam penelitian ini menggunakan pendekatan teori struktur keputusan pembelian Kotler dan Amstrong (2006: 126) yang selanjutnya diterapkan sebagai indikator penelitian. Indikator penelitian keputusan berkunjung dalam penelitian ini adalah tentang struktur keputusan pembelian yang

mempunyai *item* terdiri dari : keputusan tentang jenis produk, keputusan tentang

bentuk produk, keputusan tentang merek produk, keputusan tentang waktu pembelian, keputusan tentang cara pembayaran. Salah satu *item* dalam struktur pembelian adalah keputusan waktu pembelian atau dalam *item* berkunjung ke Desa Wisata Pujon Kidul saat sedang liburan ($Y_{1.4}$) dan memperoleh nilai *mean item* sebesar 4,12 hal ini menunjukkan pengunjung yang telah mengunjungi Desa Wisata Pujon Kidul melakukan kunjungan pada saat sedang liburan ke Desa Wisata. Hal tersebut dirasakan pengunjung atas dasar mengisi waktu liburan dengan senang menikmati suasana yang sejuk, atraksi yang ada dan dapat bersantai ketika berada di Desa Wisata Pujon Kidul.

Pada penelitian ini dapat dilihat keterkaitan antara Motivasi dengan Keputusan Berkunjung, hal tersebut berkaitan dengan teori Kotler (2003:156) bahwa motivasi wisatawan dapat mempengaruhi pembelian dalam dunia pariwisata yang disebut dengan keputusan berkunjung, sehingga akan menimbulkan kepuasan dan tingkah laku. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ummah (2017) dan Malik (2016) memperkuat penelitian ini bahwa memang terdapat pengaruh signifikan Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung dan Motivasi Wisatawan memiliki peran penting dalam mendorong seseorang wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat.

Berdasarkan nilai yang diperoleh, *mean* Indikator tertinggi dari variabel Motivasi adalah Motivasi Sosial dengan *item* Desa Wisata Pujon Kidul tempat yang cocok untuk berkumpul teman/kerabat ($X_{3.1}$) dan Desa Wisata Pujon Kidul tempat yang cocok untuk menghabiskan waktu bersama keluarga ($X_{3.2}$) hal tersebut dapat berkaitan dengan teori McIntosh (1977) dan Murti (1985, CF, Sharpley, 1994) Motivasi yang didorong oleh keinginan seseorang untuk mengunjungi sanak-keluarga, kawan-kawan atau ingin mencari teman baru, melakukan hal-hal yang

dianggap mendatangkan (nilai prestise), melakukan ziarah, pelarian dari situasi-

situasi membosankan dan sebagainya. Berdasarkan teori diatas memperkuat karena pengunjung yang datang ke Desa Wisata Pujon Kidul salah satunya karena pelarian dari situasi-situasi yang membosankan dari kehidupan sehari-hari. Penelitian dari Sari (2014) memperkuat adanya penelitian ini karena hasil penelitian dari Sari (2014) motif seseorang melakukan keputusan berkunjung salah satunya karena adanya Motivasi Sosial yaitu melarikan diri dari situasi yang membosankan.

Indikator yang paling rendah pada variabel Motivasi yaitu Motivasi Budaya, diperoleh nilai *mean* Indikator sebesar 4,21 dengan *item* Desa Wisata Pujon Kidul memiliki tata perkebunan yang khas ($X_{2.1}$) dan Desa Wisata Pujon Kidul memiliki tradisi yang masih asli ($X_{2.2}$) hal ini dikarenakan Budaya, kesenian, dan tradisi yang ada di Desa Wisata Pujon Kidul masih belum ditonjolkan oleh pengelola sehingga pengunjung banyak yang belum memahami adanya Budaya dan Tradisi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Hasil analisis data pada penelitian ini, dapat diketahui bahwa variabel Motivasi (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Berkunjung (Y). Besarnya pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung adalah sebesar 38,1%.

2. Penilaian responden pada variabel Motivasi dapat diketahui mean indikator terbesar yaitu Motivasi sosial yaitu sebesar 4,59 kemudian yang kedua Motivasi fantasi yaitu sebesar 4,36, Motivasi fisik sebesar 4,31 dan yang terakhir Motivasi Budaya sebesar 4,21.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian maka peneliti dapat memberikan saran yaitu:

1. Saran untuk pengelola Desa Wisata Pujon Kidul agar dapat mempertahankan Motivasi Sosial yang ada pada pengunjung untuk tetap mengambil Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang dengan menambah fasilitas yang dapat dinikmati bersama teman dan keluarga.
2. Pada *mean* indikator Motivasi yang terendah merupakan Motivasi Budaya dengan *mean* indikator yang diperoleh yaitu 4,21. Pengelola dapat

meningkatkan Motivasi Budaya yang ada pada pengunjung dengan cara membuat rumah budaya, membuat festival atau parade budaya setiap minggunya agar pengunjung dapat memutuskan untuk berkunjung karena adanya budaya yang ditonjolkan.

3. Saran untuk pengelola, dikarenakan masih terbatasnya variasi-variasi dari kegiatan *outbound*, Musholla, Gazebo untuk bersantai, dan Rumah Budaya yang masih kurang menarik. Maka peneliti menyarankan untuk dapat mengembangkan karena hal tersebut mempengaruhi Keputusan Pengunjung
4. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan bagi peneliti selanjutnya yang meneliti mengenai judul yang sama, diharapkan dapat lebih mencari faktor yang tidak disebutkan dalam penelitian ini, seperti faktor persepsi, Pengetahuan, Keyakinan dan Sikap sehingga bisa mengetahui faktor-faktor tersebut dalam keputusan berkunjung di Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Anak Agung Putu. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Malang: UB Press
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Ed Revisi VI. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- _____. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aritonang, R. Lerbin, R. 2007. *Teori dan Praktik Riset Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Bungin, Burhan. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial*. Edisi 1, Cetakan 3. Jakarta : Kencana Media Group.
- Churchill, Gilbert A. 2005. *Basic Marketing Research*. Fourth Edition. Edisi Bahasa Indonesia (alih bahasa oleh E. Koswara, Dira Salam, dan Alvin Ruzhendi). Erlangga. Jakarta.
- Elena-Christina Mahika. 2011. *Current Trends Tourist Motivation*. Cactus Tourism Journal Vol.2, Issue 2/2022, pages 15-24, ISSN 22473297
- Fandeli, Chafid. 1995. *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta : Penerbit Liberty
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hadinoto, K. 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Hall, C. M dan Weiler, B (1992). *Special Interest Tourism*. London : Bellhaven Press.
- Hasan, Husaen, Muhammad Asdar Dan Jusni. 2013. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Dalam Melakukan Kunjungan Wisata Di Kota Tidore Kepulauan*. Naskah Publikasi Jurusan Manajemen Keuangan, Fakultas Ekonomi, Universitas Hasanuddin Makassar. Hal 115. Pdf.www.Pasca.unhas.ac.id/jurnal/.../Id64662f5dc278778fa42c.

Inskeep, Edward. 1991. *Tourism Planning: An Integrated and sustainable Approach*. Van Nostrand Reinhold. New York, Inc.

Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management*. New Jersey. Prentice Hall Jakarta.

Kotler, Philip. Dan Gary Amstrong. 2008. *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1*. Jakarta : Prenhallindo

_____. 2004 *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta : PT Indeks

_____. 2006 *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi keduabelas*, Jakarta : Erlangga.

Machin, David dan Michel J. Campbell. 1987. *Statistical Tables for the Design of Clinical Trials*. Oxford London: Blackwell Scientific Publications

Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran Terapan Jilid 1*. Jakarta: PT. Index

Malik, Moh. Ibram. 2016. *Pengaruh City Branding "The Soul Of Madura" dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung ke Kabupaten Sumenep*. Skripsi. Universitas Brawijaya.

Mathieson, A. And G. Wall. 1982. *Tourism Economic, Physical and Social Impacts*. Newyork: Longman.

McIntosh. 1977. *Karakteristik Wisatawan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Mustafa, zainal. 2009. *Mengurai Variabel Hingga Instrumen*, Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha ilmu

Nawawi, Hidari. 2012. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press

Nuryanti, W. 1993. *Desa Wisata Concept, Prespective and Challenge*. Yogyakarta : Gajah Mada Universty Press

Ngalim, Purwanto. 2007. *Psikologi Pendidikan*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Pendit, Nyoman S. 2006. *Ilmu Pariwisata : Sebuah Pengantar Perana*. Jakarta: Pradnya Paramita.

- Pitana, I G dan Diarta S. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Pitana, I Gede dan Gayatri, Putu. G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: C.V ANDI.
- Peter, J. Paul dan Jerry C Olson. 2002. *Consumer Behavior and Marketing Strategy Sixth Edition*. McGraw-Hill Irwin.
- Ra'ed Masa'deh. 2017. *The Impact of Motivation for Attendance on Destination Loyalty via the Mediating Effect of Tourist Satisfaction*. International Journal of Business Administration Vol.8, No.4, Special Issue, 2017
- Reksohadiprodjo, Soekanto, dan Hani Handoko. 1996. *Organisasi Perusahaan: Teori, Struktur dan Perilaku*. Yogyakarta : BPFE
- Sari, Fitria. 2014. *Tinjauan Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Air Terjun Aek Maratua Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau*. Skripsi. Universitas Riau
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta: Indeks.
- Singarimbun, Masri dan Sofyan Efendy. 2006. *Metode Penelitian Survey*. Edisi Revisi. Cetakan kedelapan belas. Jakarta : LP3ES
- Spillane, James. 2004. *Pariwisata Indonesia*. Yogyakarta : Kanisius
- Sudirman. 2011. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta : Grafindo Persada
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- _____. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Supranto. J 2008. *Statistika Teori dan Aplikasi, edisi ketujuh*. Jakarta: Penerbit Erlangga

_____. 1997. *Metode Riset Aplikasinya dalam Pemasaran*. Edisi Keenam. Cetakan Pertama. Jakarta: PT Rineka Cipta

Suwena, I Ketut dan I Gst Widyatmaja. 2010. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali : Udayana University Press

Swastha, Basu dan Handoko. 2000. *Managemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPPE- Yogyakarta.

Ummah, Zainab Aminatul. 2017. *Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Batu Night Spectacular)*. Skripsi. Universitas Brawijaya

Yoeti, O. A. 2006. *Pemasaran Pariwisata*. Edisi Revisi. Bandung: Angkasa.

Internet :

<https://asidewi.id/2018/10/10/desa-wisata-tebaik-di-indonesia/> diakses 10 Oktober 2018 jam 10.41

<https://www.kompasiana.com/firdayanti22/5be3d46243322f56c8609062/perkembangan-pariwisata-desa-pujonkidul> diakses 8 November 2018 jam 13.15

Peraturan :

Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Wisata Minat Khusus. Diakses pada tanggal 16 Desember 2016

Utami, Wahyu Tri. 2017. *“Kategori Umur Menurut Depkes RI”*, diakses pada 13 April dari <http://www.depkes.go.id/resources/download/pusdatrin/profil-kesehatan-indonesia/profil-kesehatan-indonesia-2008.pdf>

LAMPIRAN 1 CURRICULUM VITAE

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**A. Data Pribadi**

Nama Lengkap : Fadhilla Dwi Lestari
 Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 28 April 1997
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Alamat Asal : Jl. Jatisari 3 No. 52
 Pepelegi Waru-Sidoarjo
 Alamat di Malang : Jl. Bunga Pinang Merah No.14



Minat : Destinasi
 Program Studi : Pariwisata
 Jurusan : Administrasi Bisnis
 Fakultas : Ilmu Administrasi
 Universitas : Brawijaya
 No. Hp : 082141246826
 E-mail : fadhilladwil@gmail.com

B. Pendidikan Formal

2002-2003 : TK Mujahidin Surabaya
 2003-2009 : SDN Waru 1 Sidoarjo
 2009-2012 : SMP Kemala Bhayangkari 1 Surabaya
 2012-2015 : SMAN 14 Surabaya
 2015-2019 : Universitas Brawijaya Malang

C. Pengalaman Magang Kerja

2018 : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi.

D. Pengalaman Organisasi

2015-2016 : Himpunan Mahasiswa Pariwisata Staff PSDM
 2016-2017 : Himpunan Mahasiswa Pariwisata Staff PSDM
 2017-2018 : Himpunan Mahasiswa Pariwisata Staff Infokom

LAMPIRAN 2

KUESIONER PENELITIAN**Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung****(Survey pada Pengunjung Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang)**

Kepada: Pengunjung Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang

Penelitian ini dilakukan dalam rangka menyelesaikan tugas akhir untuk meraih gelar (S1) pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Saya menjamin kerahasiaan jawaban yang telah diberikan, maka dengan ini saya sangat mengharapkan jawaban yang sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i.

Mengingat betapa pentingnya data-data ini, maka saya sangat mengharapkan agar daftar pertanyaan ini diisi dengan lengkap dan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Perlu juga diketahui bahwa dalam hal ini tidak ada jawaban yang salah, jawaban yang paling benar adalah jawaban yang lugas dan sesuai dengan keadaan apa yang ada di diri Bapak/Ibu/Saudara/i

Atas kerjasama dan segala bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Dosen Pembimbing

Peneliti

Sunarti Dr., S.Sos., M.AB

Fadhilla Dwi Lestari

NIP. 197407171998022001

155030807111002

A. Identitas Responden

1. Nama : _____
2. Jenis Kelamin

<input type="checkbox"/> Laki-laki	<input type="checkbox"/> Perempuan
------------------------------------	------------------------------------
3. Usia

<input type="checkbox"/> 17-25 Tahun	<input type="checkbox"/> 36-45 Tahun
<input type="checkbox"/> 26-35 Tahun	<input type="checkbox"/> 46-55 Tahun
<input type="checkbox"/> 56-65 Tahun	
4. Pendidikan formal terakhir

<input type="checkbox"/> SD/Sederajat	<input type="checkbox"/> SMA/Sederajat
<input type="checkbox"/> SMP/Sederajat	<input type="checkbox"/> Sarjana/Diploma
5. Pekerjaan/Status

<input type="checkbox"/> Pelajar/Mahasiswa	<input type="checkbox"/> Wirausaha
<input type="checkbox"/> Pegawai	<input type="checkbox"/> Lain-lain
6. Berapa penghasilan/uang saku yang saudara terima setiap bulan

<input type="checkbox"/> < Rp. 1.000.000
<input type="checkbox"/> Rp. 1.000.000 ≤ Rp. 3.000.000
<input type="checkbox"/> Rp. 3.000.000 ≤ Rp. 5.000.000
<input type="checkbox"/> Rp 5.000.000 ≤ Rp. 7.000.000
<input type="checkbox"/> ≥ Rp. 7.000.000
7. Datang bersama siapa

<input type="checkbox"/> Sendiri	<input type="checkbox"/> Keluarga/ kerabat
<input type="checkbox"/> Teman/ rekan	

B. Pertanyaan Responden

Petunjuk Pengisian :

Isilah Jawaban pada tempat yang telah disediakan dan berilah tanda (√) pada pilihan jawaban sesuai dengan pilihan Anda.

Keterangan jawaban

NOTASI	KETERANGAN
SS	SANGAT SETUJU
S	SETUJU
RR	RAGU-RAGU
TS	TIDAK SETUJU
STS	SANGAT TIDAK SETUJU

1. Motivasi Fisik (X₁)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Desa wisata pujon kidul tempat untuk mendapatkan udara segar					
2.	Desa wisata pujon kidul tempat untuk melakukan kegiatan <i>outbound</i>					

2. Motivasi Budaya (X₂)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Desa wisata pujon kidul memiliki tata perkebunan desa yang khas					
2.	Desa wisata pujon kidul memiliki tradisi yang masih asli					

3. Motivasi Sosial (X₃)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Desa wisata pujon kidul tempat yang cocok untuk berkumpul teman/kerabat					
2.	Desa wisata pujon kidul tempat yang cocok untuk menghabiskan waktu dengan keluarga					

4. Motivasi Fantasi (X₄)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Desa wisata pujon kidul tempat untuk mendapatkan kepuasan psikologis					
2.	Desa wisata pujon kidul tempat untuk menyegarkan pikiran atau merefresh pikiran					

5. Stuktur Keputusan Pembelian (Y₁)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Desa wisata pujon kidul merupakan pilihan utama untuk berkunjung					
2.	Desa wisata pujon kidul dipilih karena sesuai dengan kebutuhan					
3.	Desa wisata pujon kidul dipilih karena populer					
4.	Desa wisata pujon kidul dipilih saat sedang liburan					
5.	Desa wisata pujon kidul memiliki cara pembayaran yang mudah					

Terima kasih ☺











Lampiran 4 Gambaran Responden

Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis_Kelamin				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	54	47,8	47,8	47,8
Valid Perempuan	59	52,2	52,2	100,0
Total	113	100,0	100,0	

Berdasarkan Usia

Usia				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
17-25	60	53,1	53,1	53,1
26-35	29	25,7	25,7	78,8
36-45	6	5,3	5,3	84,1
46-55	14	12,4	12,4	96,5
56-65	4	3,5	3,5	100,0
Total	113	100,0	100,0	

Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SMP/ Sederajat	4	3,5	3,5	3,5
SMA/ Sederajat	69	61,1	61,1	64,6
Sarjana/ Diploma	40	35,4	35,4	100,0
Total	113	100,0	100,0	

Lanjutan Lampiran 4 Gambaran Responden

Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pelajar/ Mahasiswa	44	38,9	38,9	38,9
Pegawai	43	38,1	38,1	77,0
Valid Wirausaha	12	10,6	10,6	87,6
Lain-lain	14	12,4	12,4	100,0
Total	113	100,0	100,0	

Berdasarkan Pendapatan

Penghasilan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< Rp.1.000.000	37	32,7	32,7	32,7
Rp. 1.000.000 ≤ Rp. 3.000.000	42	37,2	37,2	69,9
Valid Rp. 3.000.000 ≤ Rp. 5.000.000	25	22,1	22,1	92,0
Rp. 5.000.000 ≤ Rp. 7.000.000	4	3,5	3,5	95,6
≥ Rp. 7.000.000	5	4,4	4,4	100,0
Total	113	100,0	100,0	

Lanjutan Lampiran 4 Gambaran Responden

Berdasarkan Kunjungan Bersama

Datang Bersama

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sendiri	2	1,8	1,8	1,8
Teman/ Rekan	84	74,3	74,3	76,1
Keluarga/ Kerabat	27	23,9	23,9	100,0
Total	113	100,0	100,0	









Lanjutan Lampiran 5 Variabel Keputusan Berkunjung (Y)

repository.ub.ac.id

Case Processing Summary

	N	%
Valid	113	100,0
Cases Excluded ^a	0	,0
Total	113	100,0

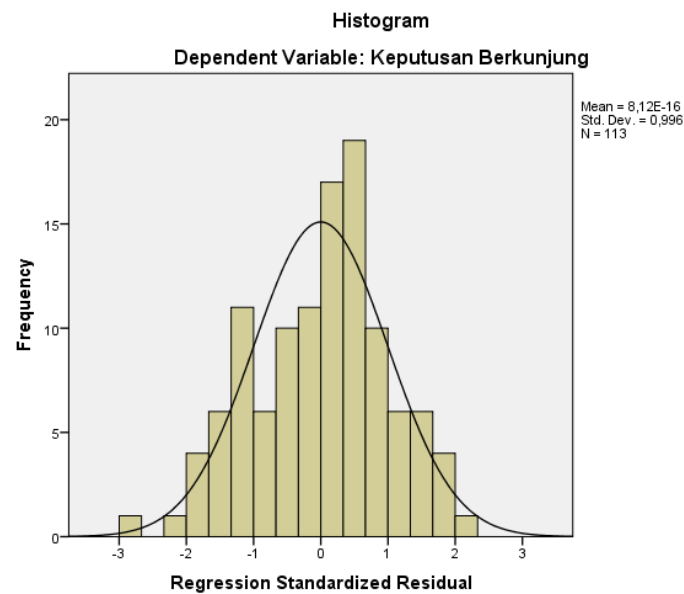
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,720	5

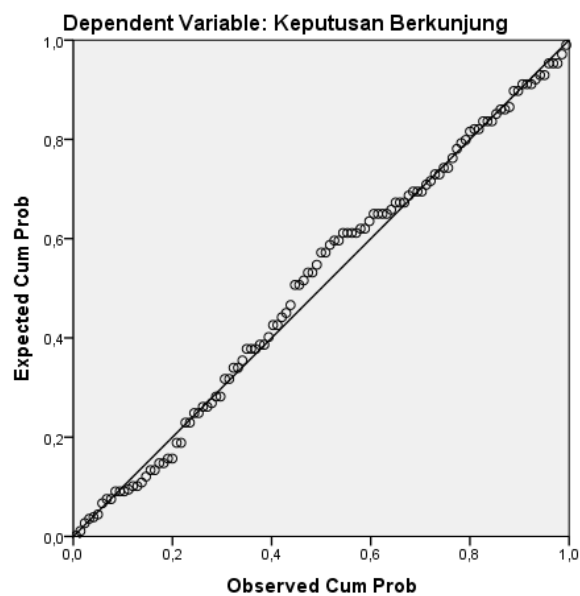


Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

repository.ub.ac.id



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lanjutan Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		113
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2,31398012
	Absolute	,077
Most Extreme Differences	Positive	,048
	Negative	-,077
Kolmogorov-Smirnov Z		,814
Asymp. Sig. (2-tailed)		,521

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 7 Tabel Frekuensi Variabel Motivasi (X)

Statistics

		X.1.1	X.1.2	X.2.1	X.2.2	X.3.1	X.3.2	X.4.1	X.4.2
N	Valid	113	113	113	113	113	113	113	113
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4,70	3,93	4,39	4,04	4,60	4,58	4,14	4,58
Median		5,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	4,00	5,00
Mode		5	4	4	4	5	5	4	5
Minimum		3	2	2	2	1	3	2	3
Maximum		5	5	5	5	5	5	5	5

Frequency Table

X.1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	3,5	3,5	3,5
	4	26	23,0	23,0	26,5
	5	83	73,5	73,5	100,0
	Total	113	100,0	100,0	

Lanjutan Lampiran 7 Tabel Frekuensi

repository.ub.ac.id

X.1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	4	3,5	3,5	3,5
3	26	23,0	23,0	26,5
Valid 4	57	50,4	50,4	77,0
5	26	23,0	23,0	100,0
Total	113	100,0	100,0	

X.2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	3	2,7	2,7	2,7
3	3	2,7	2,7	5,3
Valid 4	54	47,8	47,8	53,1
5	53	46,9	46,9	100,0
Total	113	100,0	100,0	

X.2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	3	2,7	2,7	2,7
3	27	23,9	23,9	26,5
Valid 4	46	40,7	40,7	67,3
5	37	32,7	32,7	100,0
Total	113	100,0	100,0	

X.3.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	,9	,9	,9
3	7	6,2	6,2	7,1
Valid 4	27	23,9	23,9	31,0
5	78	69,0	69,0	100,0
Total	113	100,0	100,0	

Lanjutan Lampiran 7 Tabel Frekuensi

X.3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	6	5,3	5,3	5,3
4	35	31,0	31,0	36,3
5	72	63,7	63,7	100,0
Total	113	100,0	100,0	

X.4.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	3	2,7	2,7	2,7
3	15	13,3	13,3	15,9
4	58	51,3	51,3	67,3
5	37	32,7	32,7	100,0
Total	113	100,0	100,0	

X.4.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	4	3,5	3,5	3,5
4	39	34,5	34,5	38,1
5	70	61,9	61,9	100,0
Total	113	100,0	100,0	

Variabel Keputusan Berkunjung (Y)

Statistics

	Y.1.1	Y.1.2	Y.1.3	Y.1.4	Y.1.5
N Valid	113	113	113	113	113
Missing	0	0	0	0	0
Mean	3,88	3,88	3,97	4,12	4,10
Median	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Mode	4	4	4	4	4
Minimum	2	2	2	2	1
Maximum	5	5	5	5	5

Lanjutan Lampiran 7 Tabel Frekuensi

Frequency Table

Y.1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	4	3,5	3,5	3,5
3	31	27,4	27,4	31,0
Valid 4	53	46,9	46,9	77,9
5	25	22,1	22,1	100,0
Total	113	100,0	100,0	

Y.1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	,9	,9	,9
3	35	31,0	31,0	31,9
Valid 4	53	46,9	46,9	78,8
5	24	21,2	21,2	100,0
Total	113	100,0	100,0	

Y.1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	,9	,9	,9
3	27	23,9	23,9	24,8
Valid 4	59	52,2	52,2	77,0
5	26	23,0	23,0	100,0
Total	113	100,0	100,0	



Lanjutan Lampiran 7 Tabel Frekuensi

Y.1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	5	4,4	4,4	4,4
3	17	15,0	15,0	19,5
Valid 4	51	45,1	45,1	64,6
5	40	35,4	35,4	100,0
Total	113	100,0	100,0	

Y.1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	,9	,9	,9
2	2	1,8	1,8	2,7
Valid 3	18	15,9	15,9	18,6
4	56	49,6	49,6	68,1
5	36	31,9	31,9	100,0
Total	113	100,0	100,0	

Lampiran 8 Tabel Analisis Regresi Sederhana

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Motivasi ^b		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,489 ^a	,239	,232	2,32438

a. Predictors: (Constant), Motivasi

b. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Lanjutan Lampiran 8 Tabel Analisis Regresi Sederhana

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	187,977	1	187,977	34,793	,000 ^b
Residual	599,704	111	5,403		
Total	787,681	112			

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

b. Predictors: (Constant), Motivasi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,609	2,272		2,909	,004
	Motivasi	,381	,065	,489	5,899	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

